ABSTRAK

Corporate social responsibility merupakan elemen yang sangat dipertimbangkan oleh para investor sebelum melakukan kegiatan investasi. *Corporate social responsibility* juga dapat digunakan untuk membuat harga saham perusahaan tinggi. Tujuan dari penelitian ini untuk memberikan informasi mengenai pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan yang dimediasi oleh pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan sebagai variabel kontrol.

Penelitian ini dilakukan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2015-2017 dengan sampel penelitian 222 perusahaan. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis linear berganda dan *path analysis* dengan bantuan software SPSS 25.

Hasil penelitian ini menemukan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, *corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap pertumbuhan penjualan, pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh pada nilai perusahaan. Selain itu, hasil penelitian juga menemukan bahwa pertumbuhan penjualan tidak dapat memediasi hubungan antara *corporate social responsibility* dan nilai perusahaan.

Kata kunci: *Corporate social responsibility*, Pertumbuhan penjualan, Nilai perusahaan, Ukuran perusahaan.