

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis secara empiris mengenai pengaruh Agresivitas pajak dan *Media Exposure* terhadap *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan manufaktur periode 2012-2016. Faktor-faktor yang diuji dalam penelitian ini yaitu Agresivitas Pajak, *Media Exposure*, dan *Corporate Social Responsibility*.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan metode verifikatif. Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh dari *website* IDX. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, sehingga sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 10 perusahaan sektor manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2016. Pengujian hipotesis penelitian menggunakan statistic uji *world test* (parsial). Proses analisis statistic menggunakan *SPSS 21,0 for windows*. Untuk mengetahui besarnya pengaruh Agresivitas Pajak dan *Media Exposure* terhadap *Corporate Social Responsibility* digunakan analisis regresi linier berganda, analisis korelasi, dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Agresivitas Pajak berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* dengan persentase pengaruh sebesar 29,8%. *Media Exopsure* berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* dengan persentase pengaruh sebesar 45,1%.

Kata Kunci : Agresivitas Pajak, *Media Exposure*, dan *Corporate Social Responsibility*

ABSTRACT

This study aims to test and analyze empirically on the influence of tax aggressiveness and Media Exposure to Corporate Social Responsibility in the company's manufacturing period 2012-2016. Factors tested in this research are tax aggressiveness, media exposure, and Corporate Social Responsibility.

The method used in this research is descriptive method and verifikatif method. This study uses secondary data obtained from the IDX website. The sample used in this study using purposive sampling technique, so that the sample used in this study amounted to 10 companies manufacturing sector listed on the Indonesia Stock Exchange period 2012-2016. Testing hypothesis research using statistic test world test (partial). The process of statistical analysis using SPSS 21.0 for windows. To know the magnitude of the influence of tax aggressiveness and media exposure to Corporate Social Responsibility used multiple linear regression analysis, correlation analysis, and coefficient of determination.

The results of this study indicate that the aggressiveness of the tax affects Corporate Social Responsibility with the percentage of influence of 29.8%. Media Exposure affects Corporate Social Responsibility with the percentage of influence of 45.1%.

Keywords: Tax Aggressiveness, Media Exposure, and Corporate Social Responsibility