

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efek moderasi *product market competition* pada pengaruh *leverage* terhadap kinerja perusahaan di Indonesia. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Jumlah pengamatan yang digunakan sebanyak 372 sampel perusahaan dengan periode penelitian 2011-2014 yang ditentukan dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah *leverage*. Variabel dependen yaitu kinerja perusahaan. Kinerja perusahaan diproksikan dengan ROA. Penelitian ini menggunakan variabel moderasi yaitu *product market competition* yang diproksikan dengan *COMP* serta variabel kontrol berupa *growth* dan *size*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja perusahaan manufaktur dan *product market competition* memperlemah pengaruh *leverage* terhadap kinerja perusahaan manufaktur di Indonesia.

**Kata kunci:** *leverage, product market competition*, kinerja perusahaan