

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan mendapatkan bukti empiris pengaruh berbagai dimensi CSR terhadap keagresifitas pajak dengan CEO *Overconfidence* sebagai variabel moderasi. Sampel yang digunakan adalah 141 perusahaan yang dipilih dari 417 populasi dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Analisis yang digunakan dalam penelitian adalah statistik deskriptif dan regresi linear berganda dengan menggunakan *software* SPSS. Penelitian ini menunjukkan bahwa dimensi lingkungan hidup CSR memiliki pengaruh negatif pada keagresifitas pajak dan dimensi tanggung jawab produk berpengaruh positif pada keagresifitas pajak. Sedangkan dimensi praktik ketenagakerjaan, kesehatan dan keselamatan kerja serta dimensi sosial dan kemasyarakatan tidak berpengaruh pada keagresifitas pajak. CEO *Overconfidence* memperkuat pengaruh dimensi tanggung jawab produk pada keagresifitas pajak namun tidak mempengaruhi dimensi lain dari CSR.

Kata kunci: *Corporate social responsibility*, dimensi, keagresifitas pajak, CEO *overconfidence*

## ABSTRACT

*This study is aiming to find empirical evidence of the role of CEO overconfidence on the impact of corporate social responsibility's dimensions on tax aggressiveness. This study uses quantitative approach. The analysis of data use descriptive statistic and multiple linear regression analysis assisted by SPSS software. The results showed that environmental dimension has negative effect on tax aggressiveness and product responsibilities dimension has positive effect on tax aggressiveness but employment, health and safety dimension and social dimension did not have significant effect on tax aggressiveness. CEO overconfidence has a role on strengthening the impact of product responsibilities dimension on tax aggressiveness but did not has a role on other dimensions impact on tax aggressiveness.*

*Keywords: Corporate social responsibility, dimensions, tax aggressiveness, CEO overconfidence*