

**PENGARUH *FIRM SIZE*, *PROFITABILITY*, DAN *LEVERAGE*
TERHADAP *COMPANY VALUE* DENGAN *CORPORATE
SOCIAL RESPONSIBILITY* SEBAGAI VARIABEL
PEMODERASI**

(STUDI PADA PERUSAHAAN *CONSUMER NON-CYCLICALS* DI
BURSA EFEK INDONESIA PERIODE TAHUN 2017-2020)

RINGKASAN SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana



Disusun Oleh:

Lorenza Angelica

2118 30117

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA
YOGYAKARTA**

2022

TUGAS AKHIR

**PENGARUH *FIRM SIZE*, *PROFITABILITY*, DAN *LEVERAGE* TERHADAP
COMPANY VALUE DENGAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* SEBAGAI
VARIABEL PEMODERASI (STUDI PADA PERUSAHAAN *CONSUMER NON-
CYCLICALS* DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2017-2020)**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

LORENZA ANGELICA

No Induk Mahasiswa: 211830117

telah dipresentasikan di depan Tim Penguji pada tanggal 20 Januari 2022 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar

Sarjana Manajemen (S. M.)

Susunan Tim Penguji:

Pembimbing

Conny Tjandra Rahardja, Dra., MM.

Penguji

Shita Lusi Wardhani, Dra., M.Si.

Yogyakarta, 20 Januari 2022
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta
Ketua



Wisnu Prajogo, Dr., M.B.A.

ABSTRAK

Tujuan pertama penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh *Firm Size*, *Profitability*, dan *Leverage* terhadap *Company Value* dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel pemoderasi. Pada penelitian ini pengukuran variabel bebas menggunakan *return on equity* (ROE), *debt to equity ratio* (DER), dan total *asset*. Pengukuran variabel terikat menggunakan *price to book value* (PBV). Sampel dalam penelitian ini diambil pada perusahaan *consumer non-cyclicals* dengan periode 2017-2020 secara *purposive sampling*, dengan sampel akhir yang digunakan terdiri atas 35 perusahaan yang telah memenuhi kriteria sebagai sampel penelitian. Metode analisis penelitian menggunakan regresi linier berganda model MRA dengan SPSS.

Beberapa kesimpulan yang dihasilkan oleh penelitian ini. Pertama, menunjukkan bahwa *firm size* berpengaruh positif terhadap *company value*. Kedua, menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap *company value*. Ketiga, menunjukkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap *company value*. Keempat, menunjukkan bahwa pengungkapan CSR dapat memperkuat pengaruh *firm size* terhadap *company value*. Kelima, menunjukkan bahwa pengungkapan CSR dapat memperkuat pengaruh profitabilitas terhadap *company value*. Keenam, menunjukkan bahwa pengungkapan CSR tidak memoderasi pengaruh *leverage* terhadap *company value*.

Kata kunci: Firm Size, Profitabilitas, Leverage, Company Value, dan *Corporate Social Responsibility*.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

ABSTRACT

The first goal of the study was to test the effect of Firm Size, Profitability, and Leverage on Company Value. The second goal of the study was to test the effect of Firm Size, Profitability, and Leverage on Company Value with disclosure of Corporate Social Responsibility as a moderation variable. In this study, independent variables will be measured using return on equity (ROE), debt to equity ratio (DER), and total assets. Dependent variables will be measured by price to book value (PBV). Samples in this study were taken in non-cyclicals consumer companies with a period of 2017-2020 by purposive sampling. The final sample used consists of 35 companies that have met the criteria as a research sample. The research analysis method uses multiple linear regression of the MRA model with SPSS.

Some of the conclusions produced by this study. First, showed that firm size had a positive effect on company value. Second, showed that profitability had a positive effect on company value. Third, showed that leverage had not effect on company value. Fourth, showed that CSR disclosure can strengthens the influence of firm size on company value. Fifth, showed that CSR disclosure can strengthens the effect of profitability on company value. Sixth, showed that CSR disclosure did not moderate the influence of leverage on company value.

Kata kunci: *Firm Size, Profitabilitas, Leverage, Company Value, and Corporate Social Responsibility.*

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

I. PENDAHULUAN

Para investor yang telah menanam sahamnya pada perusahaan dengan harapan meraih kemakmuran. Kemakmuran inilah yang akan terlihat pada nilai perusahaan (Kusumawati dan Rosady, 2018). Ada beberapa faktor dari eksternal maupun internal yang mendorong manager bekerja dalam usaha peningkatan keuntungan dan memaksimalkan nilai perusahaan (Franita 2018:2). Jika harga saham suatu perusahaan tinggi atau mengalami peningkatan maka investor pun akan mendapatkan keuntungan.

Manajemen akan berusaha meningkatkan nilai perusahaannya. Salah satu pengukuran dari nilai perusahaan yaitu *Price to book value* (PBV) yang dapat dijadikan sebagai ukuran untuk membandingkan antara nilai saham pasar dengan nilai ekuitas suatu perusahaan (Akbar dan Fahmi, 2020). Berdasarkan rasio PBV dapat memperlihatkan kemampuan perusahaan dalam menambah nilai relatif terhadap tingkat modal yang telah diinvestasikan oleh para pemegang saham (Sunarsih dan Mendra, 2012).

Suatu perusahaan bukan hanya memiliki bagian dari tanggung jawab kontraktual terhadap pemangku kepentingan konvensional namun juga memiliki tanggung jawab terhadap alam, masyarakat, dan juga pada generasi mendatang hal ini sejalan dengan *stakeholder theory* (Zsolnai, 2006). Coombs dan Holladay (2011:9) mengungkapkan bahwa CSR diketahui adalah suatu tindakan sukarela yang diimplementasikan oleh perusahaan guna melaksanakan tujuan dan menjalankan kewajiban terhadap *stakeholder* internal dan *stakeholder* eksternal serta terhadap lingkungan sosialnya secara merata. Pelaporan CSR tahunan ialah “Kewajiban bagi emiten untuk memenuhi Undang-Undang Perseroan No. 25 tahun 2007 tentang Penanaman Modal dan pada Undang-Undang Perseroan No. 40 tahun 2007 mengenai Perseroan Terbatas yang dimana investor dan perusahaan wajib melakukan tanggung jawab sosialnya” (Ronald et al., 2019).

Diketahui, pengujian yang ditemukan oleh Dewantari et al (2019), menunjukkan adanya pengaruh secara positif signifikan pada ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Hal ini bisa terlihat pada para penanam modal yang memilih untuk menginvestasikan modalnya pada saham di perusahaan besar.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Namun, hasil pengujian ini tidak sejalan dengan penelitian yang ditemukan oleh Pamungkas dan Puspaningsih (2013), memaparkan bahwa terdapat pengaruh negatif ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan memakai indikator asset berupa aktiva sebagai aktivitas operasional perusahaan, bertambahnya utang pada perusahaan memungkinkan besarnya tingkat *asset* pada perusahaan. Oktaviani et al (2019), mengungkapkan suatu perusahaan yang memiliki rasio *leverage* yang tinggi dapat mengarah pada dividen yang kecil daripada perusahaan yang memiliki rasio *leverage* rendah, karena adanya kewajiban penggunaan pendapatan perusahaan untuk pembayaran utang. Hal ini didukung oleh penelitian yang ditemukan oleh Ernawati dan Widyawati (2015) bahwa *leverage* memiliki peran negatif terhadap nilai perusahaan.

Berikutnya adalah profitabilitas merupakan rasio yang mampu mempengaruhi nilai pada perusahaan. Hal ini dibuktikan dengan hasil penelitian yang ditemukan oleh Hermuningsih (2013) dan Lubis et al (2017) yang memperlihatkan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Artinya, jika profitabilitas suatu perusahaan bernilai tinggi maka dapat memperlihatkan kinerja yang baik terhadap para pemodal. Mereka menjadi lebih terpengaruh untuk memilih perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi (Putra dan Lestari, 2019). Namun, hasil penelitian Apriada dan Suardikha (2016) mengungkapkan bahwa profitabilitas dapat berpengaruh negatif pada nilai perusahaan.

Jika perusahaan memperlihatkan kinerja yang buruk dan memiliki peluang pertumbuhan yang kurang baik maka utang dapat berperan dalam pembatasan kebijaksanaan manajerial terhadap investasi (Ahn et al., 2006). Hasil dari penelitian, memperlihatkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Artinya, tinggi atau rendahnya utang pada perusahaan tidak mempengaruhi nilai perusahaan. Walaupun begitu, para investor harus mempertimbangkan besar atau kecilnya utang dari suatu perusahaan dan juga melihat bagaimana manajemen di suatu perusahaan mengelola dana tersebut secara efektif serta efisien (Tahu dan Susilo, 2017). Namun, ditemukan hasil pengujian berbeda yang ditemukan oleh Adenugba et al (2016), menyatakan bahwa *leverage* memiliki reaksi positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

II. TINJAUAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Tinjauan Teori

Teori stakeholder

Teori ini mengarah pada konsep bahwa perusahaan memiliki tanggungjawab sistematis kepada seluruh pihak yang memiliki keterlibatan dalam urusan perusahaan. Pihak *stakeholder* merupakan suatu kelompok atau individu yang memiliki peran berpengaruh atau dipengaruhi dalam usaha mencapai tujuannya, pihak ini memiliki kekuatan serta pengaruh terhadap beberapa isu (Maignan dan Ferrell, 2004).

Teori Legitimasi

Yusuf (2017:30), mendefinisikan teori ini memandang bahwa CSR ialah konsep yang cocok diterapkan terhadap kondisi di lingkungan sekitar yang memiliki kaitannya dengan sosial, ekonomi, dan politik. Teori ini mengarah pada usaha dari perusahaan untuk menemukan keseimbangan dalam tujuannya menjalankan bisnis tetapi dengan melibatkan peran masyarakat sekitar.

Teori Signaling

Gumanti (2009), mengungkapkan teori *signaling* merupakan suatu isyarat atau *signal* yang diberikan oleh manajer pada suatu perusahaan terhadap investor dan beberapa pihak, lalu pihak yang bersangkutan itu pun akan merespon signal tersebut. Menurut Utomo (2019:40), teori *signal* didasarkan pada perusahaan yang dengan sukarela membagikan informasi kepada pihak terkait. Beberapa informasi penting yang dibagikan oleh perusahaan beberapa diantaranya ialah laporan keuangan dan laporan non keuangan.

Laporan Keuangan

Laporan keuangan adalah catatan tertulis yang memberikan informasi mengenai aktivitas dan memperlihatkan kondisi keuangan pada suatu entitas atau bisnis (Darmawan, 2020). Tujuan umum laporan keuangan ialah sebagai salah satu pedoman pemberi informasi yang berguna bagi investor dan kreditur dalam mengambil keputusan investasi serta kredit, para pengguna informasi akuntansi

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

harus memahami posisi keuangan dan hasil usaha perusahaan melalui laporan keuangan (Hery, 2015:6).

Nilai Perusahaan

Menurut Brealey et al (dalam Indrarini, 2019), menyatakan bahwa nilai perusahaan ialah penilaian secara bersama oleh investor terhadap kinerja perusahaan, di saat ini dan juga di masa yang akan datang. Jika nilai suatu perusahaan dinyatakan tinggi maka kemakmuran dari pemegang andil juga terbilang tinggi, hal ini penting agar dapat meyakinkan para investor untuk melakukan penanaman modalnya pada perusahaan.

Corporate Social Responsibility

CSR ialah upaya wajib suatu perusahaan guna membatasi dampak negatif dan sebagai cara untuk meningkatkan dampak positif pada semua pelaku bisnis dalam unsur *social and economic* serta lingkungannya sehingga tujuan pembangunan berkelanjutan bisa tercapai dengan baik (Rachman et al 2011:15). Semakin banyak pengungkapan CSR pada laporan tahunan maka para investor, kreditor dan masyarakat akan memandang baik nilai pada perusahaan tersebut.

Ukuran Perusahaan

Dalam Prasetia et al (2014), mengungkapkan bahwa ukuran perusahaan dapat diketahui dari total *asset* yang dimilikinya dan biasanya digunakan untuk kegiatan operasional. Apabila total *asset* yang dimiliki perusahaan cukup besar, maka manajemen perusahaan akan lebih leluasa untuk menggunakan asset tersebut.

Profitabilitas

Profitabilitas merupakan ukuran kemampuan perusahaan dalam menciptakan laba dan keuntungan. Jika tingkat profitabilitas perusahaan meningkat maka nilai perusahaan juga meninggi begitu pula kebalikannya (Puspitaningtyas, 2017). Apabila profit perusahaan tinggi dapat mengindikasikan bahwa peluang perusahaan cenderung baik sehingga menarik perhatian investor dalam peningkatan permintaan saham (Sudiani dan Darmayanti, 2016).

Leverage

Leverage menunjukkan perusahaan memakai utang untuk menjalankan kegiatan

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

operasionalnya. *Leverage* ialah rasio utang atau dikenal dengan rasio solvabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi berbagai kewajiban finansial oleh perusahaan jika sewaktu-waktu perusahaan dilikuidasi (Sutama dan Lisa, 2018). Rasio ini dapat menunjukkan usaha perusahaan untuk membayar seluruh kewajiban tagihan utang berjangka pendek atau panjang.

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Widyantari dan Yadnya (2017) mengungkapkan, apabila tingkat ukuran perusahaan semakin besar dan terus berkembang maka para investor pun akan merespon positif dan semakin ingin memiliki saham perusahaan tersebut. Sehingga, akan terjadi peningkatan nilai perusahaan.

H₁: *Firm size* berpengaruh positif signifikan terhadap *Company value*

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Jika laba pada perusahaan meningkat maka memperlihatkan kinerja perusahaan yang terkontrol dengan baik sehingga menarik sentimen positif oleh para investor dengan begitu harga saham perusahaan akan meningkat. Harga saham perusahaan yang meningkat di pasar mengartikan adanya peningkatan pada nilai perusahaan (Wijaya dan Sedana, 2015).

H₂: *Profitability* berpengaruh positif signifikan terhadap *Company value*

Pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan

Kolamban et al (2020) mengungkapkan suatu perusahaan dengan tingkat utang yang cukup besar dapat memiliki risiko yang besar pula dalam pengembalian biaya utangnya. Sehingga dapat mempengaruhi ketertarikan para investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan. Jika minat investor menurun maka nilai perusahaan juga kemungkinan menurun.

H₃: *Leverage* berpengaruh negatif terhadap *Company value*

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan dengan CSR sebagai Pemoderasi

Ukuran perusahaan yang meningkat tersebut dapat membuat kewajiban suatu perusahaan untuk melaksanakan CSR pun semakin besar (Permatasari dan Setyastrini, 2019). Pengungkapan *corporate social responsibility* terdapat pada

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

laporan tahunan perusahaan, sehingga dapat dilihat oleh para *stakeholder* perusahaan dan pihak lainnya. Pelaksanaan CSR diyakini dapat meningkatkan citra perusahaan. Sehingga akan menarik respon positif investor dan terjadi peningkatan harga saham di pasar dengan begitu nilai perusahaan pun semakin membaik Smith et al (2005).

H₄: Pengaruh moderasi CSR pada *Firm size* terhadap *Company value*

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai perusahaan dengan CSR sebagai moderasi

Para investor akan memandang positif pada perusahaan yang mengungkapkan tanggung jawabnya terhadap lingkungannya karena investor akan menganggap bahwa perusahaan sangat memperhatikan prospek kinerjanya di masa depan. Oleh karena itu, yang akan dilakukan oleh perusahaan dengan tingkat profitabilitas tinggi ialah untuk meyakinkan para investor bahwa perusahaan bukan hanya memandang tujuan dalam waktu singkat atau profit. Tetapi juga pada tujuan jangka waktu yang cukup lama untuk meningkatkan nilai perusahaan dengan melibatkan CSR. Penelitian oleh Susanti dan Santoso (2011),

H₅: Pengaruh moderasi CSR pada *profitability* terhadap *Company value*

Pengaruh *Leverage* terhadap Nilai perusahaan dengan CSR sebagai pemoderasi

Walaupun, tingkat utang dari perusahaan tersebut cenderung tinggi namun memiliki hubungan yang cukup baik dengan *debtholders*. Maka hal ini dapat menjadi kesempatan bagi perusahaan agar dapat mampu meningkatkan nilai perusahaannya. Dengan penerapan CSR, perusahaan akan mendapat persepsi positif dan legitimasi dari masyarakat. Legitimasi dari masyarakat sangat penting karena hal ini dapat dimanfaatkan oleh perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan dan sebagai pendukung perkembangan keberlangsungan hidup perusahaan tersebut. Hal ini sejalan dengan teori legitimasi (Luthfiah dan Suherman, 2018).

H₆: Pengaruh moderasi CSR pada *leverage* terhadap *Company value*

III. METODE PENELITIAN

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Populasi dan Sampel

Populasi tidak hanya sejumlah subjek penelitian, tetapi juga mencakup semua ciri-ciri maupun sifat yang ada pada subjek tersebut. Sejumlah individu di suatu kelompok disebut populasi *finit* dan sejumlah individu pada suatu kelompok tetapi tidak memiliki jumlah tetap yaitu populasi *infini* (Kurniawan dan Puspitaningtyas 2016:66). Menurut Fatihudin (2015), sampel merupakan bagian dari populasi, sampel dibuat karena efektivitas biaya, waktu dan tenaga dengan maksud mempersempit obyek penelitian lalu digeneralisasi.

Uji Instrumen Penelitian

Pada penelitian ini analisis data akan diolah menggunakan SPSS versi 25, dimana pengolahan data yang dihasilkan berupa tabel, grafik, dan disertai dengan kesimpulan yang diperlukan untuk mengambil keputusan dari hasil analisis tersebut.

Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif memperlihatkan deskripsi serta menjelaskan data yang didapat dari nilai mean, varian, *standard deviation*, sum, range, kurtosis, optimum, minimum dan *inequality* (Ghozali, 2018:19).

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Dalam uji normalitas salah satu uji yang dapat digunakan untuk pengecekan normalitas data berupa Non-parametrik statistik yaitu uji Kolmogrov-Smirnov, dengan acuan nilai signifikan 0,05. Apabila nilai signifikansi yang didapat lebih besar dari 0,05 artinya model regresi teridentifikasi berdistribusi normal. Apabila nilai probabilitas (Sig.) kurang dari 0,05 artinya model regresi teridentifikasi tidak normal (Ghozali, 2018:161).

Uji Multikolonieritas

Identifikasi multikolonieritas juga dapat diperkirakan dari nilai *tolerance* dan dengan *variance inflation factor* (VIF). Tolak ukur nilai yang pada dasarnya digunakan untuk mengidentifikasi apabila multikolonieritas ialah *Tolerance* < 0,10 atau *VIF* > 10 (Ghozali, 2018:107).

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Uji Heteroskedastisitas

Salah satu uji statistik yang dapat digunakan sebagai alat mendeteksi heteroskedastisitas ialah dengan melakukan uji Glejser. Jika nilai signifikansi berada di atas tingkat 5% atau $> 0,05$ maka diidentifikasi model regresi tersebut tidak terdapat heteroskedastisitas (Ghozali 2016),.

Uji Autokorelasi

Menurut Ghozali (2018:113), salah satu pengujian autokorelasi ialah dengan melakukan uji Durbin-Watson test. Berikut merupakan tolak ukur identifikasi autokorelasi:

- Diketahui $0 < d < dl$, maka hipotesis nol ditolak, artinya tidak terjadi autokorelasi.
- Diketahui $4 - dl < d < 4$, maka hipotesis nol ditolak, karena terjadi korelasi negatif.
- Diketahui $du < d < 4 - du$, maka hipotesis nol diterima, karena tidak ditemukan korelasi positif maupun negatif.
- Diketahui $dl \leq d \leq du$ dan $4 - du \leq d \leq 4 - dl$, maka tidak terdapat hasil kesimpulan yang jelas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Gujarati (dalam Ghozali, 2018:95) menunjukkan apakah terdapat hubungan positif atau negatif dari masing-masing variabel bebas dalam prediksi nilai variabel terikat jika nilai variabel bebas tersebut meningkat atau menurun. Berikut ini merupakan persamaan regresi penelitian:

$$Y = \sigma + \beta_1 \text{SIZE} + \beta_2 \text{ROE} + \beta_3 \text{DER} + e$$

Keterangan:

Y = *Price Book Value* (menguji nilai perusahaan)

$\beta_1 - \beta_3$ = Koefisien regresi

SIZE = *Ukuran Perusahaan* (menguji ukuran perusahaan)

ROE = *Return on Equity* (menguji profitabilitas)

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

DER = *Debt Equity Ratio* (menguji *leverage*)

e = *Error Term*

σ = konstanta

Analisis Regresi Moderasi (*Moderating Regression Analysis*)

Koefisien regresi (β) yang merupakan hasil dari perkalian antara variabel bebas dengan variabel moderasi terhadap variabel terikat. Hasil dinyatakan positif apabila variabel moderasi dapat memperkuat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Apabila variabel moderasi memperlemah pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat maka akan dinyatakan negatif. (Ghozali, 2018:227).

$$Y = \sigma + \beta_1 \text{SIZE} + \beta_2 \text{ROE} + \beta_3 \text{DER} + \beta_4 (\text{SIZE} * Z) + \beta_5 (\text{ROE} * Z) + \beta_6 (\text{DER} * Z) + e$$

Keterangan:

Y = *Price Book Value* (menguji nilai perusahaan)

$\beta_1 - \beta_6$ = Koefisien regresi

SIZE = *Ukuran Perusahaan*

ROE = *Return on Equity* (menguji profitabilitas)

DER = *Debt Equity Ratio* (menguji *leverage*)

Z = *Corporate Social Responsibility*

σ = konstanta

e = *Error Term*

Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)

Koefisien determinasi (*adjusted R²*) digunakan untuk mengidentifikasi sejauh mana suatu model dapat menjelaskan variasi variabel terikat. Koefisien determinasi memiliki nilai berkisar di antara 0 dan 1 (Ghozali 2018:97).

Uji t (*Partial Individual Test*)

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Menurut Ghozali (2018:105) uji t digunakan sebagai ukuran seberapa besar dampak dari satu variabel bebas (X) secara individu dapat menjelaskan variasi variabel terikat (Y).

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

Tabel 4. 1 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Variabel	Minimum	Maximum	Mean	SD
<i>Company Value</i> (Y)	0,18	82,44	5,0404	11,72134
<i>Firm Size</i> (X1)	13,62	30,58	21,3034	5,84052
<i>Profitability</i> (X2)	-44,85	145,09	18,0469	26,49586
<i>Leverage</i> (X3)	0,13	4,29	1,0984	0,96610
<i>Corporate Social Responsibility</i> (Z)	7	52	32,49	10,190

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2021.

Berdasarkan pengolahan analisis statistik deskriptif pada tabel 4.2 di atas, dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Hasil pengolahan data statistik deskriptif *Company Value* (Y) menunjukkan, besarnya nilai minimum sebesar 0,18, terdapat pada perusahaan PT. Mustika Ratu Tbk pada tahun 2019 maka diketahui harga dari saham yang ditawarkan perusahaan tersebut terbilang cukup murah, besarnya nilai maksimum sebesar 82,44, terdapat pada perusahaan PT. Unilever Indonesia Tbk pada tahun 2017 maka artinya harga dari saham yang ditawarkan perusahaan tersebut terbilang sangat mahal dan jumlah observasi (n) sebesar 140. Diketahui, nilai standar deviasi *Company Value* (Y) sebesar 11,72134 lebih besar dari nilai rata-rata yaitu 5,0404. Sehingga memperlihatkan bahwa penyimpangan data variabel *Company Value* (Y) terdistribusi kurang baik.
- Hasil pengolahan data statistik deskriptif *Firm Size* (X1) menunjukkan, besarnya nilai minimum sebesar 13,62, terdapat pada perusahaan PT. Akasha

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Wira International Tbk pada tahun 2019 maka artinya total aktiva perusahaan tersebut terbilang rendah, besarnya nilai maksimum sebesar 30,58, terdapat pada perusahaan PT. Mayora Indah Tbk pada tahun 2019-2020 artinya total aktiva perusahaan tersebut terbilang tinggi dan jumlah observasi (n) sebesar 140. Kemudian, nilai standar deviasi *Firm Size* (X1) sebesar 5,84052 lebih kecil dari nilai rata-rata sebesar 21,3034. Demikian disimpulkan penyimpangan data *Firm Size* (X1) terdistribusi baik.

- Hasil pengolahan data statistik deskriptif *Profitability* (X2) menunjukkan, besarnya nilai minimum sebesar -44,85, terdapat pada perusahaan PT. Sreeya Sewu Indonesia Tbk pada tahun 2017 menunjukkan bahwa perusahaan tersebut terklasifikasi kurang baik dalam menghasilkan incomenya, besarnya nilai maksimum sebesar 145,09 terdapat pada perusahaan PT. Unilever Indonesia Tbk pada tahun 2020 artinya bahwa kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba terbilang sangat baik, dan jumlah observasi (n) sebesar 140. Diketahui, nilai standar deviasi *Profitability* (X2) sebesar 26,49586, lebih besar dari nilai rata-rata yaitu 18,0469. Sehingga memperlihatkan bahwa penyimpangan data variabel *Profitability* (X2) terdistribusi kurang baik.
- Hasil pengolahan data statistik deskriptif *Leverage* (X3) menunjukkan besarnya nilai minimum sebesar 0,13 terdapat pada perusahaan PT. Campina Ice Cream Industry Tbk pada tahun 2018-2020 maka bahwa tingkat utang/kewajiban perusahaan lebih kecil daripada seluruh aset yang dimiliki, besarnya nilai maksimum sebesar 4,29 terdapat pada perusahaan PT. Midi Utama Indonesia Tbk pada tahun 2017 artinya tingkat utang/kewajiban perusahaan tersebut terbilang cukup tinggi dan jumlah observasi (n) sebesar 140. Diketahui, nilai standar deviasi *Leverage* (X3) sebesar 0,96610 lebih kecil dari nilai rata-rata sebesar 1,0984. Demikian disimpulkan penyimpangan data *Leverage* (X3) terdistribusi baik.
- Hasil pengolahan data statistik deskriptif *Corporate Social Responsibility* (Z) menunjukkan besarnya nilai minimum sebesar 7 terdapat pada perusahaan PT. Delta Djakarta Tbk pada tahun 2017-2018 artinya perusahaan tersebut hanya mengungkapkan 7 dari 91 indikator yang terdapat pada GRI 4 hal ini menunjukkan bahwa perusahaan tidak lengkap atau kurang berinisiatif dalam

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

pengungkapan CSR, besarnya nilai maksimum sebesar 52 terdapat pada perusahaan PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk. Pada tahun 2017, 2018 dan 2020 artinya perusahaan tersebut mengungkapkan 52 dari 91 indikator yang terdapat pada GRI 4, hal ini cukup baik karena memperlihatkan kontribusi perusahaan dalam memiliki rasa tanggung jawab terhadap sosial dan ekonomi, dan total observasi (n) sebesar 140. Nilai standar deviasi *Corporate Social Responsibility* (Z) sebesar 10,190 lebih kecil dari nilai rata-rata sebesar 32,49. Sehingga memperlihatkan bahwa penyimpangan data variabel *Corporate Social Responsibility* (Z) terdistribusi baik.

Hasil Pengujian Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Berikut merupakan hasil pengujian uji normalitas dengan Kolmogorov Smirnov Test:

Tabel 4. 2 Hasil Uji Normalitas dengan Kolmogorov Smirnov Test

Variabel	Sig.	Nilai Kritis	Keterangan
Residual	0,619	0,05	Normalitas

Sumber: Hasil Olah Data Uji Asumsi Klasik, 2021.

Hasil analisis dengan menggunakan uji normalitas dengan Kolmogorov Smirnov Test pada tabel 4.3 memperlihatkan bahwa nilai probabilitas = $0,619 > 0,05$, artinya model regresi identifikasi berdistribusi normal. Maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikolinearitas

Hasil pengolahan uji multikolinieritas dengan metode VIF sebagai berikut:

Tabel 4. 3 Hasil Uji Multikolinearitas dengan Metode VIF

Persamaan	VIF	Nilai Kritis	Keterangan
X1	2,653	10	Tidak terdapat multikolinearitas

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

X2	7,401	10	Tidak terdapat multikolinearitas
X3	1,125	10	Tidak terdapat multikolinearitas
X1*Z	3,840	10	Tidak terdapat multikolinearitas
X2*Z	7,356	10	Tidak terdapat multikolinearitas
X3*Z	1,786	10	Tidak terdapat multikolinearitas

Sumber: Hasil Pengolahan Data Regresi Linier Berganda, 2021.

Hasil uji multikolinearitas dengan metode VIF, ditemukan bahwa nilai VIF < 10 , hal ini menunjukkan bahwa seluruh variabel bebas tidak teridentifikasi multikolinearitas, maka tidak membiaskan interpretasi hasil analisis regresi.

Uji Heteroskedastisitas

Hasil uji heteroskedastisitas dengan Glejser adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 4 Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Glejser

Variabel	Sig.	Nilai Kritis	Keterangan
X1	0,599	0,05	Homoskedastisitas
X2	0,426	0,05	Homoskedastisitas
X3	0,093	0,05	Homoskedastisitas
X1*Z	0,113	0,05	Homoskedastisitas
X2*Z	0,794	0,05	Homoskedastisitas
X3*Z	0,100	0,05	Homoskedastisitas

Sumber: Hasil Pengolahan Data Uji Asumsi Klasik, 2021.

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas dengan menggunakan Glejser memperlihatkan bahwa nilai probabilitas $> 0,05$. Artinya, model yang diestimasi bebas dari heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Berikut ini merupakan hasil pengujian uji autokorelasi:

Tabel 4. 5 Hasil Pengolahan Uji Autokorelasi

Tingkat Autokorelasi (DW)	Jenis Autokorelasi
$(4 - DW.L) < DW < 4$	Terdapat Autokorelasi negatif
$(4 - DW.U) < DW < (4 - DW.L)$	Tanpa kesimpulan
$1,817 < 1,983 < (2,183)$	Tidak Terdapat Autokorelasi
$DW.L < DW < DW.U$	Tanpa Kesimpulan
$0 < DW < DW.L$	Terdapat Autokorelasi positif

Sumber: Hasil Pengolahan Data Regresi Linier Berganda, 2021.

Hasil regresi diperoleh nilai $D-W_{\text{statistik}}$ sebesar 1,983. Dengan jumlah sampel (n) = 140, (k) = 6, dan taraf nyata (α) 5 %, maka nilai $dL = 1,651$, $dU = 1,817$, sehingga $(4-dU) = 4-1,817 = 2,183$ dan $(4-dL) = 4-1,651 = 2,349$.

Diketahui nilai $D-W_{\text{statistik}}$ sebesar 1,983 berada di daerah penerimaan H_0 . Hal ini menunjukkan estimasi model penelitian tidak terdapat autokorelasi.

Analisis Regresi Linier Berganda Model MRA

Penulisan secara matematis dari hasil analisis regresi linier berganda tersebut dapat ditulis sebagai berikut:

Tabel 4. 6 Hasil Regresi Linier Berganda Model MRA

Variabel	Koefisien Regresi	Standart Error	t-statistik	Sig.
Konstanta	-3,271	1,507	-2,171	0,032
X1	0,190	0,092	2,056	0,042
X2	0,124	0,034	3,646	0,000
X3	-0,383	1,286	-0,298	0,766

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

X1*Z	0,006	0,002	2,572	0,011
X2*Z	0,009	0,001	8,774	0,000
X3*Z	-0,013	0,033	-0,378	0,706
R²	: 0,894			
Adj. R²	: 0,889			
F-statistik	: 187,399, Sig = 0,000.			
DW-statistik	: 1,983			
N	: 140			

Sumber: Hasil Pengolahan Data Regresi Linier Berganda, 2021.

$$Y = -3,271 + 0,190X1 + 0,124X2 - 0,383X3 + 0,006X1*Z + 0,009X2*Z - 0,013X3*Z$$

Pengujian Statistik

Pengujian *Goodness of Fit*

Penggunaan metode OLS (*Ordinary Least Square*) dapat diperoleh hasil regresi, R² (Koefisien Determinasi) sebesar 0,894, artinya variabel dependen (Y) dalam model yaitu *Company Value* (Y) dijelaskan oleh variabel independen, yaitu *Size* (X1), *Profitability* (X2), *Leverage* (X3), moderasi *Firm Size* (X1) dengan *Corporate Social Responsibility* (Z) (X1*Z), moderasi *Profitability* (X2) dengan *Corporate Social Responsibility* (Z) (X2*Z), dan moderasi *Leverage* (X3) dengan *Corporate Social Responsibility* (Z) (X3*Z) sebesar 89,4%, kemudian sisanya sebesar (100%-89,4%= 10,6%) dijelaskan oleh faktor lain di luar model.

Uji Hipotesis (Uji t)

Hasil perhitungan statistik dengan program komputer SPSS *for Windows* memberikan hasil sebagai berikut:

Tabel 4. 7 Hasil Uji t

Variabel	Beta	t-statistik	Sig.
X1	0,094	2,056	0,042
X2	0,280	3,646	0,000
X3	-0,032	-0,298	0,766
X1*Z	0,142	2,572	0,011
X2*Z	0,671	8,774	0,000
X3*Z	-0,042	-0,378	0,706

Sumber: Hasil Olah Data Regresi Linier Berganda, 2021.

Pengujian Pengaruh *Firm Size* (X1) terhadap *Company Value* (Y)

Hasil olah data menunjukkan hipotesis 1 diterima, diperoleh nilai beta sebesar 0,094, bertanda positif menunjukkan berpengaruh positif. Nilai Sig = 0,042 < 0,05, menunjukkan berpengaruh secara signifikan. Disimpulkan terdapat pengaruh positif dan signifikan *Firm Size* (X1) terhadap *Company Value* (Y).

Pengujian Pengaruh *Profitability* (X2) terhadap *Company Value* (Y)

Hasil olah data menunjukkan hipotesis 2 diterima, diperoleh nilai beta sebesar 0,280, bertanda positif menunjukkan berpengaruh positif. Nilai Sig = 0,000 < 0,05, menunjukkan berpengaruh secara signifikan. Disimpulkan terdapat pengaruh positif dan signifikan *Profitability* (X2) terhadap *Company Value* (Y).

Pengujian Pengaruh *Leverage* (X3) terhadap *Company Value* (Y)

Hasil olah data menunjukkan hipotesis 3 ditolak, diperoleh nilai beta sebesar -0,032, bertanda negatif menunjukkan berpengaruh negatif. Nilai Sig = 0,766 > 0,05, menunjukkan berpengaruh tidak signifikan (tidak berpengaruh). Disimpulkan *Leverage* (X3) tidak berpengaruh terhadap *Company Value* (Y).

Pengujian Pengaruh Moderasi *Corporate Social Responsibility* (Z) (X1*Z) pada *Firm Size* (X1) terhadap *Company Value* (Y)

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Hasil olah data menunjukkan hipotesis 4 diterima, diperoleh nilai beta sebesar 0,142, bertanda positif menunjukkan memoderasi secara positif (memperkuat). Nilai Sig = 0,011 < 0,05, menunjukkan memoderasi secara signifikan. Disimpulkan bahwa pemoderasi *Corporate Social Responsibility* (Z) memperkuat pengaruh (X1*Z) pada *Firm Size* (X1) terhadap *Company Value* (Y).

Pengujian Pengaruh Moderasi *Corporate Social Responsibility* (Z) (X2*Z) pada *Profitability* (X2) terhadap *Company Value* (Y)

Hasil olah data menunjukkan hipotesis 5 diterima, diperoleh nilai beta sebesar 0,671, bertanda positif menunjukkan memoderasi secara positif (memperkuat). Nilai Sig = 0,000 < 0,05, menunjukkan memoderasi secara signifikan. Disimpulkan bahwa terdapat pemoderasi *Corporate Social Responsibility* (Z) yang memperkuat pengaruh (X2*Z) pada *Profitability* (X2) terhadap *Company Value* (Y).

Pengujian Pengaruh Moderasi *Corporate Social Responsibility* (Z) (X3*Z) pada *Leverage* (X3) terhadap *Company Value* (Y)

Hasil olah data menunjukkan hipotesis 6 ditolak, diperoleh nilai beta sebesar -0,042, bertanda negatif menunjukkan memoderasi secara negatif (memperlemah). Nilai Sig = 0,706 > 0,05, menunjukkan bahwa pemoderasi *Corporate Social Responsibility* (Z) (X3*Z) tidak memperkuat pengaruh *Leverage* (X3) terhadap *Company Value* (Y).

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini memperlihatkan dampak dan pengaruh dari beberapa faktor dan rasio keuangan pada perusahaan *consumer non-cyclicals* sehingga dapat membantu pihak *stakeholder* dalam berbagai hal seperti mengambil keputusan dalam investasi, meningkatkan pengendalian internal maupun eksternal, menata manajemen yang lebih baik dan melihat pengukuran menggunakan beberapa rasio keuangan. Berikut kesimpulan yang dapat diuraikan oleh hasil penelitian:

1. *Firm Size* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Company Value*. Artinya, jika *Firm Size* mengalami peningkatan, maka *Company Value* akan ikut terjadi peningkatan yang signifikan.
2. *Profitability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Company Value*. Artinya, jika *Profitability* mengalami peningkatan, maka *Company Value* akan ikut terjadi peningkatan yang signifikan.
3. *Leverage* berpengaruh negatif, tetapi tidak signifikan (tidak berpengaruh) terhadap *Company Value*. Artinya, jika *Leverage* mengalami penurunan, maka tidak akan berpengaruh terhadap *Company Value*.
4. *Corporate Social Responsibility* memperkuat pengaruh *Firm Size* terhadap *Company Value*.
5. *Corporate Social Responsibility* memperkuat pengaruh *Profitability* terhadap *Company Value*.
6. *Corporate Social Responsibility* tidak memoderasi pengaruh *Leverage* terhadap *Company Value*.Saran

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

SARAN

1. Dengan melakukan perbaikan manajemen perusahaan guna membuat isu positif yang lalu akan menarik minat investor melakukan investasi. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan modal sehingga akhirnya berimplikasi terhadap peningkatan *Company Value*.
2. *Company Value, Firm Size, Profitability, Leverage, dan Corporate Social Responsibility* dapat dijadikan oleh investor sebagai dasar pengambilan keputusan investasi. Hal ini karena aspek tersebut sebagai pengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan tingkat laba terhadap investasi yang telah dilakukan pada perusahaan tersebut.
3. Objek dalam penelitian hanya meneliti perusahaan manufaktur sub sektor *consumer non-cyclicals*. Disarankan bagi penelitian selanjutnya untuk meneliti seluruh perusahaan GCG, LQ-45 atau perusahaan dengan sub sektor lainnya. Sehingga memungkinkan terjadi peningkatan laba perusahaan yang lebih dapat berimplikasi pada *Company Value* perusahaan.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

DAFTAR PUSTAKA

- Adenugba, A. A., Ige, A. A., & Kesinro, O. R. (2016). Financial Leverage and Firms Value : a Study of Selected Firms in Nigeria. *European Journal of Research and Reflection in Management Sciences*, 4(1), 14–32.
- Ahn, S., Denis, D. J., & Denis, D. K. (2006). Leverage and Investment in Diversified Firms. *Journal of Financial Economics*, 79(2), 317–337.
- Akbar, F., & Fahmi, I. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan Likuiditas terhadap Kebijakan Dividen dan Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
- Apriada, K., & Suardikha, M. S. (2016). Pengaruh Struktur kepemilikan saham, Struktur modal dan Profitabilitas pada Nilai perusahaan. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 5(2), 201–218.
- Coombs, W. T., & Holladay, S. J. (2011). *Managing Corporate Social Responsibility: a Communication Approach* (P. A John Wiley & Sons, Ltd.
- Darmawan. (2020). *Dasar-dasar Memahami Rasio & Laporan Keuangan* (Dini Maulana Lestari (ed.)).
- Dewantari, N. L. S., Cipta, W., & Susila, G. P. A. J. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Leverage serta Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Food and Beverages di BEI. *Jurnal Prospek*, 1(2), 74–83.
- Ernawati, D., & Widyawati, D. (2015). Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. *Equity*, 4(4), 1–17.
- Fatihudin, D. (2015). *Metode Penelitian: untuk Ilmu Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi* (Lesty & Emjy (eds.)). Zifatama Jawara.
- Franita, R. (2018). *Mekanisme Good Corporate Governance dan Nilai Perusahaan: Studi untuk Perusahaan Telekomunikasi* (Harya Wahyuni (ed.)).
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23* (A. Tejkusumo (ed.); 8th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (A. Tejkusumo (ed.); 9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gumanti, T. A. (2009). Teori Sinyal dalam Manajemen Keuangan. *Manajemen Usahawan Indonesia*, 38(6), 1–29.
- Hermuningsih, S. (2013). Pengaruh Profitabilitas, Growth Opportunity, Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Publik di Indonesia.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Bulletin Ekonomi Moneter Dan Perbankan, 16(2), 128–148.

Hery. (2015). *Praktis Menyusun Laporan Keuangan* (H. Selvia (ed.)). Gramedia Widiasarana Indonesia.

Indrarini, S. (2019). *Nilai Perusahaan melalui Kualitas Laba: Good Governance dan Kebijakan Perusahaan* (N. Azizah (ed.)). SCOPINDO MEDIA PUSTAKA.

Kolamban, D. V., Murni, S., & Baramuli, D. N. (2020). Analisis pengaruh Leverage, Profitabilitas dan Ukuran perusahaan terhadap Nilai perusahaan pada Industri Perbankan yang terdaftar di Bei. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(3), 174–183.

Kurniawan, A. W., & Puspitaningtyas, Z. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif* (Agung W Kurniawan (ed.)). Pandiva Buku.

Kusumawati, R., & Rosady, I. (2018). Pengaruh Struktur Modal dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan Kepemilikan Manajerial sebagai variabel Moderasi. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 9(2), 147–160.

Lubis, I. L., Sinaga, B. M., & Sasongko, H. (2017). Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, dan Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, 3(3), 458–465.

Luthfiah, A. A., & Suherman. (2018). The effects of Financial Performance toward Firm Value with Ownership Structure as Moderating variable (The Study on Manufacturing Companies Listed in Indonesia Stock Exchange in The period of 2012-2016).

Maignan, I., & Ferrell, O. C. (2004). Corporate Social Responsibility and Marketing: an Integrative Framework. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 32(1), 3–19.

Oktaviani, M., Rosmaniar, A., & Hadi, S. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan (Size) dan Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan. *Balance*, XVI(1), 102–111.

Pamungkas, H. S., & Puspaningsih, A. (2013). Pengaruh Keputusan Investasi, Keputusan Pendanaan, Kebijakan Dividen dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi & Auditing Indonesia*, 17(2), 156–165.

Permatasari, M. P., & Setyastrini, N. L. P. (2019). Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Ditinjau dari Teori Legitimasi dan Teori Stakeholder. *Jurnal Akuntansi Dan Perpajakan*, 5(1), 29–43.

Prasetya, T. E., Tommy, P., & Saerang, I. S. (2014). Struktur Modal, Ukuran Perusahaan dan Risiko Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan Otomotif yang terdaftar di BEI. *Jurnal EMBA*, 2(2), 879–889.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

- Puspitaningtyas, Z. (2017). Efek Moderasi Kebijakan Dividen dalam Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 5(2), 173–180.
- Putra, A. N. D. A., & Lestari, P. V. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan melalui Kebijakan Dividen. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(5), 4044–4070.
- Rachman, N. M., Efendi, A., & Wicaksana, E. (2011). *Panduan Lengkap Perencanaan CSR* (Jun (ed.)). Penebar Swadaya Grup.
- Ronald, S., Ng, S., & Daromes, F. E. (2019). Corporate Social Responsibility as Economic Mechanism for Creating Firm Value. *Indonesian Journal of Sustainability Accounting and Management*, 3(1), 22.
- Smith, J. van der L., Adhikari, A., & Tondkar, R. H. (2005). Exploring Differences in Social Disclosures Internationally: A Stakeholder Perspective. *Journal of Accounting and Public Policy*, 24(2), 124–151.
- Sudiani, N. K. A., & Darmayanti, N. P. A. (2016). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Pertumbuhan, dan Investment Opportunity set terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Manajemen*, 5(7), 4545–4574.
- Sunarsih, N. M., & Mendra, N. P. Y. (2012). Pengaruh Modal Intelektual terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan sebagai variabel Intervening pada Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Akuntansi*, 1–26.
- Susanti, M., & Santoso, E. B. (2011). Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility sebagai variabel Moderasi. *Kajian Akuntansi*, 6(2), 124–133.
- Sutama, D. R., & Lisa, E. (2018). Pengaruh Leverage dan Profitabilitas terhadap Nilai perusahaan (Studi pada Perusahaan Sektor Manufaktur Food and Beverage yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *Sains Manajemen Dan Akuntansi*, X(1), 21–39.
- Tahu, G. P., & Susilo, D. D. B. (2017). Effect of Liquidity , Leverage and Profitability to The Firm Value (Dividend Policy as Moderating Variable) in Manufacturing Company of Indonesia Stock Exchange. *Research Journal of Finance and Accounting*, 8(18), 89–98.
- Utomo, M. N. (2019). *Ramah Lingkungan dan Nilai Perusahaan* (F. A. Rahmawati (ed.)). CV. Jakad Media Publishing.
- Widyantari, N. L. P., & Yadnya, I. P. (2017). Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Food and Beverage di Bursa Efek Indonesia. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(12), 6383–6409.
- Wijaya, B. I., & Sedana, I. B. P. (2015). Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Perusahaan (Kebijakan Dividen dan Kesempatan Investasi sebagai variabel Mediasi). *E-Jurnal Manajemen*, 4(12), 4477–4500.

Yusuf, M. Y. (2017). *Islamic Corporate Social Responsibility (I-CRS) pada Lembaga Keuangan Syariah (LKS): Teori dan Praktik* (A. A. Karim & K. B. Ahmad (eds.)). Prenada Media.

Zsolnai, L. (2006). Extended Stakeholder Theory. *Society and Business Review*, 1(1), 37–44.

www.idx.co.id

