

## **Pengaruh Corporate Social Responsibility, Firm Size Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening**

Safira Novita<sup>1)</sup>, Nur Ainiyah<sup>2)</sup>, Nurdiana Fitri Isnaini<sup>3)</sup>

Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Majapahit

Email: [safnov041199@gmail.com](mailto:safnov041199@gmail.com)

### **Abstrak**

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh variabel bebas atas variabel terikat serta menguji variabel intervening apakah dapat mempengaruhi hubungan variabel bebas atas variabel terikat. Variabel bebas pada penelitian ini yaitu *Corporate Social Responsibility (CSR)* dan *firm size*, sedangkan variabel terikat yang dipakai yaitu nilai perusahaan, serta variabel intervening yang digunakan yaitu profitabilitas. Teknik dalam menentukan sampel menggunakan teknik purposive sampling. Banyak sampel yang dipakai untuk penelitian ini yaitu 15 perusahaan pertambangan *Go Public* yang tercatat di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2020. Hipotesis penelitian ini diuji memakai *Partial Least Square (PLS)*. Kesimpulan yang didapat dari hasil yang diperoleh pada penelitian ini yaitu menjelaskan jika *Corporate Social Responsibility (CSR)* dan *firm size* berpengaruh signifikan atas nilai perusahaan, sedangkan profitabilitas tidak berpengaruh atas nilai perusahaan, serta profitabilitas terbukti tidak mampu mendukung hubungan *Corporate Social Responsibility (CSR)* dan *firm size* atas nilai perusahaan.

**Kata kunci:** Nilai Perusahaan, *Corporate Social Responsibility (CSR)*, *firm size*, Profitabilitas

### **Abstract**

*The purpose of this study is to determine the effect of the independent variable on the dependent variable and to test whether the intervening variable can affect the relationship between the independent variable and the dependent variable. The independent variables in this study are Corporate Social Responsibility (CSR) and firm size, while the dependent variable used is firm value, and the intervening variable used is profitability. The technique in determining the sample uses purposive sampling technique. Many of the samples used for this study are 15 Go Public mining companies listed on the Indonesia Stock Exchange for the 2018-2020 period. This research hypothesis was tested using Partial Least Square (PLS). The conclusion obtained from the results obtained in this study is that it explains that Corporate Social Responsibility (CSR) and firm size have a significant effect on firm value, while profitability has no effect on firm value, and profitability is proven unable to support the relationship between Corporate Social Responsibility (CSR) and firm size on firm value.*

**Keywords:** Company Value, *Corporate Social Responsibility (CSR)*, *firm Size*, Profitabilit

### **PENDAHULUAN**

Kemajuan era yang modern saat ini dengan didukung semakin canggihnya teknologi menimbulkan kompetisi pada setiap perusahaan semakin sengit demi tujuan untuk mendapat keuntungan maksimum. Kemajuan dan perubahan yang terjadi juga berdampak signifikan terhadap manajemen suatu perusahaan dan juga strategi persaingan perusahaan. Oleh karena itu agar dapat menyesuaikan diri serta dapat berteguh untuk memenangkan persaingan pasar yang makin sengit, semua perusahaan yang dibentuk wajib mempunyai cita-cita untuk dapat berkembang pada waktu yang lama. Salah satu cara sebuah perusahaan bisa tetap berdiri disetiap gempuran dari para pesang bisnis yang semakin sengit adalah dengan terus meningkatkan nilai perusahaan untuk dapat bertahan dalam mempertahankan bisnisnya dan mencapai tujuan yang menjadi tujuan perusahaan. Mengembangkan tingkat kepuasan para *shareholder* adalah merupakan dasar awal dari cita-cita perusahaan, hal tersebut dikarenakan harga saham bisa menggambarkan nilai perusahaan.

Nilai perusahaan ialah situasi keberhasilan perusahaan dalam mengambil kepercayaan penduduk dari serangkaian proses yang terjadi selama perusahaan tersebut berdiri. Nilai

perusahaan juga merupakan nilai dari harga per lembar saham yang didapat dari penjualan kekayaan perusahaan dengan nilai harga saham pada saat itu. Nilai perusahaan dapat dikatakan sebagai pandangan pemilik modal kepada prestasi yang diraih perusahaan dan terkadang juga berpautan dengan nilai dari harga saham perusahaan. Dari hal tersebut maka dengan semakin meningkatnya harga saham, maka akan menjadikan nilai perusahaan makin meningkat dan berlaku juga sebaliknya. Jika nilai perusahaan tinggi akan membuat harga saham ikut mengalami kenaikan sehingga dapat meningkatkan pula kemakmuran para pemegang saham.

Ketatnya persaingan antar perusahaan dengan tujuan untuk memaksimalkan keuntungan telah memicu beberapa eksploitasi sumber daya alam yang lebih tinggi. Perusahaan secara tidak langsung akan mengeksploitasi sumber daya alam dan masyarakat dengan tidak terkendali untuk dapat memenuhi tuntutan pemilik modal. Perusahaan pertambangan merupakan sektor yang paling banyak menimbulkan dampak lingkungan yang sangat besar. Beberapa masalah yang ditimbulkan dari kegiatan sektor pertambangan antara lain erosi, pencemaran aliran sungai, kerusakan struktur tanah, kerusakan ekosistem sehingga mengganggu habitat makhluk hidup, dan menyisakan lahan kritis yang berdampak pada keselamatan warga sekitar lahan pertambangan (Dedy, 2015). Hal ini bisa menjadi pemicu terbesar munculnya isu-isu dunia mengenai kerusakan alam, pemanasan global, perubahan iklim, krisis sosial, yang pada akhirnya akan menyebar menjadi keadaan darurat seperti krisis ekonomi yang terjadi di seluruh dunia. Cara lain yang dapat dilakukan untuk hal tersebut adalah dengan melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

*Corporate Social Responsibility* (CSR) ialah sebuah rencana untuk setiap perusahaan, khususnya pada perusahaan pertambangan harus mempunyai tanggung jawab kepada konsumen, pekerja, shareholder, masyarakat, dan lingkungan meliputi semua bagian operasional perusahaan seperti masalah yang berdampak pada lingkungan dan permasalahan alam lainnya. Oleh karena itu pentingnya setiap perusahaan menerapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam kegiatan operasinya agar dapat menyeimbangkan antara kepentingan dari perusahaan dengan keadaan sosial dan lingkungan di daerah sekitarnya. Dengan adanya pengungkapan CSR juga menjadi suatu bentuk tanggung jawab sosial perusahaan kepada penduduk dan juga karyawan untuk menjamin keamanan dan keselamatannya. Pengungkapan CSR juga diharapkan mampu mempengaruhi keputusan para calon penanam modal dalam mengambil keputusan investasi. Khususnya pada perusahaan pertambangan, dengan mengungkap CSR perusahaan tersebut akan dianggap baik dan akan menarik minat investor untuk meningkatkan jumlah investasinya (Chen, R. C., & Lee, 2017). Hal tersebut akan menunjang untuk menaikkan nilai perusahaan.

Aspek lain yang perlu diperhatikan dan diperhitungkan dalam meningkatkan nilai perusahaan adalah ukuran *firm size*. *Firm size* dapat didefinisikan sebagai kumpulan perusahaan yang terbagi menjadi beberapa kelompok mulai dari yang kecil, sedang dan besar. *Firm size* dapat dilihat berdasarkan pada besarnya total aset perusahaan yang dipengaruhi dari segi bidang usaha yang dijalankan. Ukuran perusahaan yang besar memiliki berbagai macam keuntungan, antara lain kemudahan dalam mendapatkan kepercayaan calon investor dan kemudahan dalam proses tawar menawar pada lingkup pasar modal, dan ada kemungkinan efek skala juga akan membuat perusahaan menikmati keuntungan lebih lainnya yang memberikan dampak positif (Nurhidayah, 2020). Nilai perusahaan dapat dipengaruhi dari *firm size*, karena dengan semakin besarnya ukuran perusahaan maka membuat semakin mudah untuk mendapatkan sumber dana pembiayaan. Dengan adanya *firm size* akan membantu para investor untuk menunjukkan kualitas dan kemampuan yang dimiliki perusahaan, *firm size* yang semakin besar membuat perusahaan mendapatkan banyak keuntungan seperti perhatian atau pandangan baik yang diberikan dari para investor.

Rasio lainnya yang berapak pada nilai perusahaan yaitu rasio profitabilitas (Hermuningsih, 2013). Profitabilitas adalah cerminan dari kinerja perusahaan untuk dapat menghasilkan laba atau keuntungan pada periode tertentu. Profitabilitas adalah rasio yang berfungsi untuk menunjukkan besarnya nilai perusahaan yang dapat mendatangkan laba. Perusahaan yang memiliki rasio profitabilitas tinggi maka akan dipandang sebagai perusahaan yang bisa dengan mudah untuk memenuhi biaya kegiatan pelaksanaan serta pengungkapan CSR. Hal tersebut didukung oleh pernyataan (Dewi, N., & Ratna Sari, 2019) yang berhubungan dengan teori stakeholder, jika profitabilitas suatu perusahaan tinggi maka manajer memiliki sumbangan dana alokasi yang lebih banyak untuk melaksanakan dan mengungkapkan CSR. Profitabilitas juga erat kaitannya dengan *firm size* karena dengan *firm size* perusahaan yang semakin besar, maka perusahaan memiliki asset dan sumber daya untuk menghasilkan keuntungan.

#### **Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan**

Peneliti (Moina et al., 2016) menjabarkan atas pengungkapan *Corporate Social Responsibility* mempengaruhi Nilai Perusahaan. Setiap perusahaan umumnya harus memperhatikan aktivitas CSR serta menyampaikan data CSR sebanyak-banyaknya pada laporan tahunan perusahaan sehingga tanggapan investor di segi positif dari perusahaan masih terlindungi serta nilai perusahaan selalu berkembang. Dengan melakukan perluasan pengungkapan sosial oleh perusahaan, ternyata sangat mempengaruhi tingkat perdagangan saham perusahaan yang menyebabkan terjadinya kenaikan penjualan pada penerbitan laporan tahunan, hal tersebut mampu menaikkan nilai saham perusahaan yang menyebabkan naiknya nilai perusahaan.

H1 : *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan positif atas nilai perusahaan

#### **Pengaruh *Firm Size* terhadap Nilai Perusahaan**

*Firm size* ialah gambaran dari jumlah kekayaan perusahaan. Berdasarkan ukurannya, perusahaan dapat terbagi 2 macam, yakni perusahaan skala kecil serta perusahaan skala besar. Perusahaan yang skalanya besar berpeluang menarik investor dan berdampak pada nilai perusahaan, bisa dikatakan *firm size* berdampak langsung pada nilai perusahaan. Penjelasan tersebut sesuai dengan hasil penelitian (Sudiarta, 2016) yang memaparkan bahwa *firm size* berdampak pada nilai perusahaan dengan melihat hasil nilai total determinasi, sedangkan Nilai Perusahaan dihasilkan berbagai Ukuran Perusahaan, Leverage, serta Profitabilitas, dengan melihat dari faktor lain.

H2 : *Firm size* berpengaruh signifikan positif atas nilai perusahaan

#### **Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan**

Profitabilitas ialah pendapatan bersih atas bermacam prosedur serta ketentuan yang ditetapkan perusahaan. Profitabilitas dapat digambarkan seperti ukuran dan kinerja perusahaan yang diperlihatkan dengan keuntungan yang didapatkan perusahaan. Selanjutnya, profitabilitas dijabarkan seperti keterampilan perusahaan untuk mengambil keuntungan atas pemasaran produk/jasa yang dihasilkannya. Profitabilitas juga dapat berpengaruh atas nilai perusahaan dengan melihat hasil nilai total determinasi, sedangkan Nilai Perusahaan berdampak atas oleh berbagai *firm size*, *Leverage*, dan Profitabilitas, dengan melihat hasil dari oleh faktor lain (Sudiarta, 2016).

H3 : profitabilitas berpengaruh signifikan positif atas nilai perusahaan

#### **Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan Melalui Profitabilitas**

Ikatan profitabilitas perusahaan serta *Corporate Social Responsibility* diasumsikan dasar pada gambaran berharap respons masyarakat membutuhkan bentuk manajerial. Tingginya profitabilitas perusahaan akan tinggi pula pengungkapan informasi berasal dari perusahaan, tergolong data mengenai pertanggung jawaban sosial perusahaan. Dengan semakin besarnya pengungkapan *Corporate Social Responsibility* akan membantu perusahaan menarik perhatian investor untuk menanamkan modal dan nantinya akan mempengaruhi naiknya nilai perusahaan.

penjelasan tersebut sesuai dengan penelitian dari (Moina et al., 2016) yang menunjukkan bahwa Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan melalui profitabilitas.

H4 : Profitabilitas mendukung hubungan antara Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dengan nilai perusahaan.

#### **Pengaruh Firm Size terhadap Nilai Perusahaan Melalui Profitabilitas**

*Firm size* dan profitabilitas dapat menentukan nilai perusahaan, yang tertera pada hasil penelitian (Ayu Octaviany, Syamsul Hidayat, 2019) menyatakan profitabilitas bisa membantu dampak *firm size* atas nilai perusahaan. Besarnya *Firm size* dapat menggambarkan perusahaan berkembang baik selanjutnya menarik investor dalam bisnis penanaman modal atas perusahaan. Kenaikan laba atau profit perusahaan menyebabkan tingginya nilai perusahaan.

H5 : Profitabilitas mendukung hubungan antara *firm size* dengan nilai perusahaan.

## **KAJIAN PUSTAKA**

### ***Corporate Social Responsibility***

*Corporate Social Responsibility* (CSR) ialah prosedur guna menghimpun masalah suatu wilayah umum pada operasi serta ikatannya pada stakeholders, melampaui keharusan hukum perusahaan (Darwin, 2004) dalam (Reni & Anggraini, 2006). Aktivitas CSR menyebutkan kewajiban perusahaan dalam pertumbuhan implementasi beretika serta berkelanjutan segi ekonomis, umum serta lingkup wilayah (Santioso, 2019). Hukum CSR mengacu atas seluruh konflik pada perusahaan serta pemangku kepentingan, seperti konsumen, karyawan, organisasi, pemegang investasi, pemerintah, pemasok, dan pesaing. Menurut Lako (2011) dalam (Putra, 2015), hasil dari manfaat jika perusahaan memakai CSR berkala yakni laba serta kemampuan perusahaan juga akan lebih meningkat. Penjabaran CSR atas laporan tahunan perusahaan diterapkan seperti dasar perbandingan investor dalam bisnis investasi.

### ***Firm Size***

*Firm size* atau lebih dikenal dengan besaran perusahaan yakni standar ukuran perusahaan tersusun atas berupa cara, yakni jumlah harta, harga pasar saham, lain sebagainya (Nurhidayah, 2020). *Firm size* juga merupakan cerminan dari besaran perusahaan yang termuat pada nilai keseluruhan aset perusahaan di neraca akhir tahun. *Firm size* berdampak pada perbedaan atas ukuran suatu perusahaan. *Firm size* dapat tercantum di jumlah aset perusahaan serta dipergunakan dalam operasional perusahaan (Analisa, 2011). *Firm size* menunjukkan besar kecilnya suatu perusahaan yang memiliki kriteria yang diatur dalam “Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008” dan dapat dibedakan dalam 4 macam kelompok yaitu perusahaan mikro, perusahaan kecil, perusahaan menengah, dan perusahaan besar.

### **Profitabilitas**

Profitabilitas ialah keterampilan perusahaan ketika mengambil keuntungan berkaitan akan aset, jumlah pemasaran serta harga suatu saham ialah sarana peningkatan ukuran perusahaan. Skala profitabilitas ialah komponen utama dalam mengerjakan tugas aktivitas perusahaan yang komersial, apabila perusahaan rugi menyebabkan sulitnya penarikan modal oleh bagian eksternal (Sartono, 2012). Satu dari banyak alat ukur yang dapat dipakai untuk menghitung nilai profitabilitas ialah *Net Profit Margin*. Berdasarkan penelitian (Hery, 2015) menyampaikan bahwa Rasio *Net Profit Margin* dihitung dengan cara yaitu laba bersih dibagi dengan penjualan bersih.

### **Nilai Perusahaan**

ialah kemampuan perusahaan tercantum melalui biaya saham terbentuk dari penawaran serta permintaan di pasar modal tertera taksiran publik atas keterampilan perusahaan. Perihal itu

diartikan gambaran dari ukuran kekayaan perusahaan saat dijual (Zafra, 2018). Harapan terpenting perusahaan yakni untuk memajukan perusahaan dalam kepuasan pemilik saham sebagaimana (Brigham, Eugene F., Joel F. Houston, Yao-Min Chiang, Hon-Sing Lee, 2010) memaparkan akan menumbuhkan aset investor pada rentang waktu yang lama ialah harapan penting dari administrasi keuangan. Titik puncak perusahaan bisa digapai dengan penerapan tugas keuangan akan penetapan kesimpulan finansial berdampak pada yang lain serta nilai perusahaan (Yunina & Husna, 2018). Salah satu alat hitung yang dapat dipakai untuk mengukur nilai perusahaan ialah dengan rasio *Price Book Value* (PBV). Menurut (Syahyunan, 2015), PBV bisa dipakai untuk menentukan murah atau mahalnya dari harga suatu saham saat ini.

### **Teori Sinyal (*Signaling Theory*)**

*Signalling theory* ialah teori menjelaskan cara perusahaan menyampaikan sinyal terhadap pemakai laporan keuangan. Oleh karena itu, teori sinyal menjabarkan bahwa tingginya mutu perusahaan selalu menyampaikan sinyal kepada pasar, hal tersebut bertujuan agar pasar bisa membandingkan perusahaan dengan mutu tinggi atau rendah (Harono, 2005) dalam (Wulandari, 2019). Sinyal juga berbentuk iklan ataupun bentuk informasi lain yang menjelaskan jika suatu perusahaan menjadi lebih baik dari perusahaan yang lainnya (Rahayu, 2010).

### **Teori Stakeholder**

*Stakeholder* ialah individu maupun kelompok atau organisasi yang berdampak atas tujuan perusahaan serta juga dipengaruhi akan tujuan perusahaan (Ayu Octaviany, Syamsul Hidayat, 2019). (Gray, 2005) menjelaskan bahwa teori *stakeholder* berasumsi bahwa perusahaan memerlukan dorongan dari *stakeholder* guna menegakkan keberadaannya. Konsep ini merupakan contoh rencana yang dijalankan perusahaan demi tetap berikatan pada berbagai pihak yang bersangkutan akan mengungkapkan data keberlanjutan terdiri atas kemampuan ekonomi, kinerja sosial, serta kinerja lingkungan (Wulandari, 2019).

### **Teori Legitimasi**

Teori legitimasi yakni konsep yang memotivasi manajer atau perusahaan untuk mengungkapkan laporan keberlanjutan. Laporan tahunan diterapkan perusahaan untuk menyampaikan persepsi perusahaan yang menjalankan tanggung jawab masyarakat dan lingkungannya, lalu keberadaan perusahaan disetujui penduduk dengan baik (Wibowo & Faradiza, 2014). Teori ini juga sangat berguna untuk pengukuran karakter perusahaan, lalu legitimasi bisa membatasi populasi terkait norma serta tingkat sosial ketika pengamatan sekitar. Menurut (Deegan & Blomquist, 2006) memaparkan pencapaian legitimasi bila memiliki akibat sama seperti yang diharapkan oleh masyarakat sekitar perusahaan.

### **Teori Kontrak Sosial (*Social Contract Theory*)**

Teori Kontrak Sosial (*Social Contract Theory*) ini terlahir disebabkan terlihatnya ikatan akan aktivitas sosial, supaya berjalan dengan sesuai, kesetaraan, serta kesamaan, disuatu wilayah. Oleh karena itu, supaya terdapat keselarasan (*equality*), dibutuhkan persetujuan masyarakat yang tercatat serta terikat, lalu terdapat persetujuan dalam menjaga tiap kebutuhan (Hadi, 2011). Dalam sudut pandang administrasi kontemporer, konsep persetujuan sosial menyebutkan hak keleluasaan pribadi serta kelompok, dalam masyarakat dibuat sesuai persetujuan saling bermanfaat (Hadi, 2011)

## METODE PENELITIAN

### Jenis Desain atau Pendekatan yang Dipilih

Bentuk desain penelitian yang dipakai pada penelitian ini ialah kuantitatif. Peneliti kuantitatif merupakan bentuk penelitian yang proses menganalisisnya dan mengumpulkan datanya secara objektif sebagai penggambaran dari variabel yang mau diamati. Pengujian pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan software SmartPLS. Hal tersebut dikarenakan dari segi pengukuran variabel SmartPLS mampu menghitung lebih dari satu alat ukur atau indikator dari tiap variabel yang dipakai pada suatu penelitian.

### Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan jenis data kuantitatif. Berdasarkan penelitian dari (M. Agphin & Sugiyono, 2015) data kuantitatif merupakan bentuk data yang dibuat menjadi angka (diangkakan atau diberi nomor) atau data yang dinyatakan dengan angka. Data kuantitatif yang dipakai pada penelitian ini ialah data laporan keuangan sektor perusahaan pertambangan. Sedangkan sumber data yang dipakai ialah data sekunder. Data sekunder ialah data yang didapatkan dengan cara langsung menggunakan perantara untuk memperolehnya. Data yang dipakai pada penelitian ini adalah annual report perusahaan pertambangan di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2020.

### Populasi dan Sampel

Populasi ialah sekumpulan dari banyak subjek yang akan diteliti oleh seorang peneliti. Populasi pada penelitian ini yaitu menggunakan perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2020. Sedangkan Sampel ialah salah satu anggota dari banyak populasi yang nantinya akan diteliti. Cara untuk mengambil sampel pada penelitian ini ialah dengan menggunakan metode *purposive sampling* dengan cara menentukan karakteristik tertentu yang sejalan dengan tujuan penelitian. Karakteristik sampel yang digunakan adalah sebagai berikut: (1) Sektor perusahaan pertambangan *Go Public* di BEI terbaru 2018-2020 ; (2) Sektor perusahaan pertambangan yang menerbitkan annual report yang tidak melebihi batas pelaporan tahun 2018-2020 ; (3) Sektor perusahaan pertambangan yang menerbitkan *corporate social responsibility* tahun 2018-2020 ; (4) Sektor perusahaan pertambangan yang memiliki laba positif tahun 2018-2020. Berdasarkan kriteria diatas, berawal dari total sampel yang berjumlah 52 menjadi sebanyak 15 sub sektor pertambangan dengan masa pengamatan selama 3 tahun.

### Definisi Operasional Variabel

Variabel terikat yang dipakai pada penelitian ini ialah nilai perusahaan, sedangkan variabel bebas yang dipakai ialah *Corporate social responsibility* (CSR) dan *firm size*, Serta Variabel intervening yang dipakai untuk penelitian ini ialah profitabilitas. Dibawah ini ialah tabel definisi operasional dan indikator yang dipakai untuk menghitung variabel:

**Tabel Definisi Operasional Variabel**

No	Variable	Indikator	Matriks
1.	Nilai Perusahaan	PBV	$PBV = \frac{\text{harga per lembar saham}}{\text{nilai buku per lembar saham}}$
2.	<i>Corporate Social Responsibility</i>	CSRDI <sub>j</sub>	$CSRDI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$ <p><u>Keterangan:</u>                      CSRDI<sub>j</sub> = Corporate Social Responsibility Disclosure Index perusahaan j                      n<sub>j</sub> = Jumlah item untuk perusahaan j, n<sub>j</sub> &lt; 78                      X<sub>ij</sub> = Dummy variable: 1= jika item i diungkapkan; 0 = jika item</p>

			tidak diungkapkan
3.	<i>Firm Size</i>	Total Aset	$FIRM\ SIZE = Ln (Total\ Asset)$
4.	Profitabilitas	<i>Net Profit Margin</i>	$Net\ Profit\ Margin = \frac{Laba\ Setelah\ Pajak}{Penjualan}$

Sumber : Data Diolah Penulis

### Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dipakai ialah dokumentasi dari laporan keuangan yang dibuat setiap tahun oleh perusahaan yang berasal dari annual report yang didapat dari situs Bursa Efek Indonesia (BEI), yaitu [www.idx.do.id](http://www.idx.do.id) dan Teknik dalam mengumpulkan data berupa studi kepustakaan untuk mencari literatur dari penelitian sebelumnya serta menambah informasi dari buku-buku yang dipakai untuk penelitian.

### Teknik Analisis Data

#### a. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif yang dipakai pada penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan data yang telah terkumpul untuk selanjutnya membentuk suatu simpulan (Willy abdillah dan hartono jogiyanto, 2015). Statistik deskriptif dipakai untuk mengukur median, mean, modus, standar deviasi, variabel maksimum serta minimum.

#### b. Analisis Least Square (PLS)

Penilaian dari model PLS dibedakan menjadi dua bentuk, yaitu penilaian *outer model* atau model pengukuran serta penilaian *inner model* atau model structural.

#### **Outer Model atau Model Pengukuran**

Analisis *outer model* ialah model analisis yang dipakai dengan tujuan memberikan penilaian secara validitas serta reliabilitas (Willy abdillah dan hartono jogiyanto, 2015). Berikut adalah tabel pengukuran *outer model*:

**Tabel Pengukuran Outer Model**

Unsur Pengujian	Parameter Pengujian	Standar Pengujian
Convergent validity	Loading factor	Nilai harus > 0,7, ditolerir hingga 0,5
Discriminant validity	Cross loading	Nilai harus > 0,7, nilai kontruk yang dituju > nilai kontruk lain
	Average variance extracted (AVE)	Nilai harus > 0,5
Reliabilitas	Cronbach's alpha	Nilai harus > 0,6
	Composite reliability	Nilai harus > 0,8

Sumber : Imam Ghozali (2015)

#### **Inner Model Atau Model Struktural**

*Inner model* ialah bentuk sistematis untuk membuktikan dugaan sementara dari hubungan timbak balik dari variabel bebas dan terikat. Pada perhitungan model struktural ini untuk dapat mendapatkan hasil analisis data maka dapat melakukan dengan prosedur *Bootstrapping* di SMART PLS. Berikut adalah tabel pengukuran *inner model*:

**Tabel Pengukuran Inner Model**

Kriteria	Deskripsi	Skala
R-square (R <sup>2</sup> )	Menunjukkan seberapa persen (%) konstruk endogen	Menurut chin (1998) - 0,67 (kuat) - 0,19 (lemah) - 0,33 (moderat)
Effect size (F)	Menunjukkan seberapa kuat pengaruh konstruk eksogen terhadap konstruk endogen	Menurut Hair et al., (2014) - 0,02 (pengaruh lemah) - 0,15 (pengaruh cukup) - 0,35 (pengaruh kuat)
Q-square (Q <sup>2</sup> ) atau predictif relevance	Menunjukkan seberapa persen (%) konstruk endogen dijelaskan oleh konstruk eksogen	$Q^2 = 1 - (1-R_2^2) \dots (1-R_p^2)$
GoF (goodness of fit)	Untuk mengetahui apakah data dari sampel dapat mengikuti sebuah penjelasan teoritis tertentu ataukah tidak	Menurut tananhaus (2004) - 0,1 (small) - 0,38 (besar) - 0,25 (medium) - $Gof = \sqrt{AVE} \times R^2$

Sumber : Data Diolah Penulis

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Analisis Statistik Deskriptif

**Tabel Statistik Deskriptif**

Konstruk Laten	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. deviation
CSR (X1)	45	0,18	0,62	0,39667	0,12723
Firm Size (X2)	45	13,18	29,05	19,08778	43,9002
Nilai Perusahaan (Y)	45	0,27	6,22	1,584	1,47186
Profitabilitas (Z)	45	0,04	60,8481	14,366756	89,573729

Sumber: SmartPLS 3.0

Berdasarkan sajian informasi tersebut, maka dapat dijelaskan bahwa variabel CSR mempunyai perkiraan nilai dari 0,18 hingga 0,62; sedangkan untuk nilai rata-rata CSR 0,39667 dan deviasi standarnya bernilai 0,12723. Variabel Firm Size mempunyai perkiraan nilai dari 13,18 hingga 29,05; sedangkan untuk nilai rata-rata Firm Size 19,08778 dan deviasi standarnya bernilai 43,9002. Variabel Nilai Perusahaan mempunyai perkiraan nilai dari 0,27 hingga 6,22; sedangkan untuk nilai rata-rata Nilai Perusahaan 1,584 dan deviasi standarnya bernilai 1,47186. Variabel Profitabilitas mempunyai perkiraan nilai dari 0,04 hingga 60,8481; sedangkan untuk nilai rata-rata Firm Size 14,366756 dan deviasi standarnya bernilai 89,573729.

**Analisis Least Square (PLS)**

**a. Evaluasi Outer Model**

**Uji Validitas Reflektif**

**Convergent Validity**

**Tabel Outer Loading**

Indikator	CSR (X1)	Firm Size (X2)	Nilai Perusahaan (Y)	Profitabilitas (Z)	Keterangan
X1	1.000				Valid
X2		1.000			Valid
Y			1.000		Valid
Z				1.000	Valid

Sumber: SmartPLS 3.0

Bersumber pada pemaparan informasi diatas, menunjukkan nilai 1,000 pada masing-masing indikator, hal tersebut menunjukkan bahwa semua alat ukur variabel mempunyai nilai *outer loading* > 0,7, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa alat ukur yang dipakai semuanya valid untuk dipakai penelitian serta dapat dipakai kembali untuk penilaian lebih lanjut.

**Discriminant Validity**

**Tabel Cross Loading**

Indikator	CSR (X1)	Firm Size (X2)	Nilai Perusahaan (Y)	Profitabilitas (Z)	Keterangan
X1	1,000	-0,154	0,343	-0,258	Valid
X2	-0,154	1,000	0,265	0,065	Valid
Y	0,343	0,265	1,000	-0,119	Valid
Z	-0,258	0,065	-0,119	1,000	Valid

Sumber: SmartPLS 3.0

Bersumber pada pemaparan informasi diatas, disimpulkan jika setiap variabel memiliki indikator dengan tingginya nilai cross loading melalui diciptakannya variabel dan berbanding terbalik terhadap cross loading lainnya. Berdasarkan perolehan hasil, didapatkan penggunaan indikator penelitian memiliki nilai baik pada validitas diskriminannya yang berfungsi sebagai penyesuai tiap variabel.

**Average Variant Extracted (AVE)**

Selain penilaian memakai *cross loading*, AVE digunakan untuk mengetahui tercapainya syarat validitas diskriminan (Ghozali, Imam, 2015).

**Tabel Average Variance Extracted (AVE)**

Konstruk Laten	Average Variance Extracted (AVE)	Keterangan
CSR (X1)	1,000	Valid
Firm Size (X2)	1,000	Valid
Nilai Perusahaan (Y)	1,000	Valid
Profitabilitas (Z)	1,000	Valid

Sumber: SmartPLS 3.0

Bersumber pada sajian informasi diatas dapat disimpulkan jika nilai AVE CSR, *Firm Size*, Nilai Perusahaan, Profitabilitas > 0,5. Oleh karena itu bisa dijelaskan jika tiap variabel sudah mempunyai *discriminant validity* yang bagus. Jadi dapat ditarik kesimpulan jika penilaian tersebut sudah melengapi standart validitas konvergen.

**Uji Reliabilitas Reflektif.**

***Composite Reliability***

**Tabel *Composite Reliability***

Konstruk Laten	Composite Reliability	Keterangan
CSR (X1)	1,000	Valid
Firm Size (X2)	1,000	Valid
Nilai Perusahaan (Y)	1,000	Valid
Profitabilitas (Z)	1,000	Valid

Sumber: SmartPLS 3.0

Melalui pemaparan tabel diatas, seluruh variabel pada penelitian ini > 0,8 atas komposit reliabilitas. Berdasarkan hasil yang didapat memperlihatkan tiap variabel sudah terpenuhi dari penilaian *composite reliability*, maka dapat ditarik kesimpulan jika keseluruhan variabel mempunyai nilai realibilitas yang tinggi.

***Cronbach Alpha***

**Tabel *Cronbach Alpha***

Konstruk Laten	Cronbach Alpha	Keterangan
CSR (X1)	1,000	Valid
Firm Size (X2)	1,000	Valid
Nilai Perusahaan (Y)	1,000	Valid
Profitabilitas (Z)	1,000	Valid

Sumber: SmartPLS 3.0

Bersumber dari sajian informasi yang dipaparkan, memperlihatkan tiap variabel memiliki nilai > 0,6 pada *cronbach alpha*. Jadi bisa disimpulkan hasil yang tersaji menyatakan pada tiap variabel yang diujikan telah sesuai ketentuan dan syarat dari *cronbach alpha*, maka seluruh nilai variabel mempunyai nilai reliabilitas sangat baik.

**b. Evaluasi *Inner Model***

***Coefficient Determination (R-Square)***

**Tabel Nilai *R Square***

Konstruk Endogen	R-Square
Nilai Perusahaan (Y)	0,222
Profitabilitas (Z)	0,067

Sumber: SmartPLS 3.0

Bersumber dari sajian informasi tersebut, maka bisa dinyatakan bahwa nilai *R-Square* dari variabel Nilai Perusahaan bernilai 0,222 dan Profitabilitas bernilai 0,067. Dari hasil yang

didapat dapat dijelaskan bahwa hasilnya berada dibawah 0,19 dan diantara 0,19–0,33 sehingga masuk dalam kelompok yang lemah.

**Effect Size (f<sup>2</sup>)**

**Tabel Effect Size (f<sup>2</sup>)**

	CSR (X1)	Firm Size (X2)	Nilai Perusahaan (Y)	Profitabilitas (Z)
CSR (X1)			0,172	0,068
Firm Size (X2)			0,134	0,001
Nilai Perusahaan (Y)				
Profitabilitas (Z)			0,002	

Sumber: SmartPLS 3.0

Bersumber dari sajian informasi tabel, memperlihatkan bahwa nilai X1 terhadap Y adalah 0,172 yang berarti nilainya berada diatas 0,15 sehingga dinyatakan pengaruh konstruk eksogen terhadap konstruk endogen cukup atau sedang. Nilai X1 terhadap Z adalah 0,068 yang berarti nilainya berada diantara 0,02-0,15 sehingga dinyatakan bahwa konstruk eksogen terhadap konstruk endogen berpengaruh lemah. Nilai X2 terhadap Y adalah 0,134 yang berarti nilainya berada dibawah 0,15 sehingga dinyatakan bahwa konstruk eksogen terhadap konstruk endogen berpengaruh lemah. Nilai X2 terhadap Z adalah 0,001 yang berarti nilainya berada dibawah 0,02 sehingga dinyatakan pengaruh konstruk eksogen terhadap konstruk endogen lemah. Yang terakhir nilai Z terhadap Y adalah 0,002 yang berarti nilainya berada dibawah 0,02 sehingga dinyatakan pengaruh konstruk eksogen terhadap konstruk endogen lemah.

**Nilai Q-Square**

$$Q^2 = 1 - (1 - R_1^2) - (1 - R_2^2) - \dots - (1 - R_p^2)$$

$$Q^2 = 1 - (1 - 0,222)(1 - 0,067) = 1 - (0,778)(0,933) = 1 - 0,725874 = 0,274126$$

$$Q^2 = 0,274126 = 0,274$$

Bersumber dari perhitungan diatas, maka didapatkan hasil *Q-Square* sebesar 0,274. Dari hal tersebut dapat disimpulkan jika tingginya nilai yang didapatkan yaitu sama dengan 27,4%. Sisa dari hasil awal tadi jika dihitung bernilai 72,6% berasal dari indikator lain dari luar penelitian. Dari keseluruhan penjelasan tersebut maka dapat disimpulkan jika model penelitian ini lemah.

**GoF (goodness of fit)**

$$GoF = \sqrt{AVE \times R^2}$$

$$GoF Y = \sqrt{1,000 \times 0,222} = 0,471$$

$$GoF Z = \sqrt{1,000 \times 0,222} = 0,471$$

Bersumber dari perhitungan diatas, maka didapatkan hasil GoF Y dan GoF Z sebesar 0,471. Dari penjelasan dan perhitungan tersebut maka dapat disimpulkan jika model penelitian ini kuat.

### Pengujian Hipotesis

Tabel Uji Hipotesis

Hipo tesis	Path	Original Sample (O)	Standard Deviation	T Statistics	P Value	Keterangan
H1	X1 -> Y	0,382	0,157	2,429	0,015	Signifikan
H2	X2 -> Y	0,326	0,129	2,539	0,011	Signifikan
H3	Z -> Y	-0,041	0,262	0,157	0,876	Tidak Signifikan

Sumber: SmartPLS 3.0

Bersumber dari informasi yang disajikan bahwa hasil pengujian signifikansi hipotesis dijelaskan sebagai berikut:

**1. Pengujian H1 : Corporate Social Responsibility berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan.**

Berdasarkan nilai koefisien jalur pengaruh antara *Corporate Social Responsibility* (CSR) atas nilai perusahaan dijelaskan jika didapatkan nilai *original sample* yaitu 0,382. Hasil dari *t-statistics* bernilai 2,429 > 1,96 (nilai Z-score normal) serta hasil *p-value* bernilai 0,015 < 0,05 (taraf signifikansi). Jadi bisa ditarik sebuah kesimpulan jika hipotesis 1 diterima dengan pengaruh signifikan.

**2. Pengujian H2 : Firm size berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan.**

Berdasarkan nilai koefisien jalur pengaruh antara *Firm size* atas nilai perusahaan dijelaskan jika didapatkan nilai *original sample* yaitu 0,326. Hasil dari *t-statistics* bernilai 2,539 > 1,96 (nilai Z-score normal) serta hasil *p-value* bernilai 0,011 < 0,05 (taraf signifikansi). Jadi bisa ditarik sebuah kesimpulan jika hipotesis 2 diterima dengan pengaruh signifikan.

**3. Pengujian H3 : profitabilitas berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan.**

Berdasarkan nilai koefisien jalur pengaruh antara profitabilitas atas nilai perusahaan dijelaskan jika didapatkan nilai *original sample* negatif yaitu -0,041. Hasil dari *t-statistics* bernilai 0,157 < 1,96 (nilai Z-score normal) serta hasil *p-value* bernilai 0,876 > 0,05 (taraf signifikansi). Jadi bisa ditarik sebuah kesimpulan jika hipotesis 3 ditolak dengan pengaruh tidak signifikan.

### Pengujian Efek Mediasi

Tabel Pengujian Efek Mediasi

Hipo tesis	Path	Original Sample (O)	Standard Deviation	T Statistics	P Value	Keterangan
H4	X1 -> Z -> Y	0,010	0,052	0,199	0,842	Tidak Signifikan
H5	X2 -> Z -> Y	-0,001	0,054	0,019	0,985	Tidak Signifikan

Sumber: SmartPLS 3.0

Berdasarkan sajian data pada tabel di atas, hasil pengujian efek mediasi berdasarkan pengaruh tidak langsung *Corporate Social Responsibility* (CSR), *firm size* terhadap nilai perusahaan melalui Profitabilitas dijelaskan sebagai berikut:

**4. Pengujian H4 : Profitabilitas mendukung hubungan antara Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan nilai perusahaan.**

Berdasarkan nilai koefisien jalur pengaruh tidak langsung antara CSR atas nilai perusahaan melewati profitabilitas dijelaskan jika didapatkan nilai *original sample* yaitu 0,010. Hasil dari *t-statistics* bernilai 0,199 < 1,96 (nilai Z-score normal) serta hasil *p-value* bernilai 0,842 > 0,05 (taraf signifikansi). Jadi bisa ditarik sebuah kesimpulan jika hipotesis 4 ditolak dengan pengaruh tidak signifikan.

**5. Pengujian H5 : Profitabilitas mendukung hubungan antara *firm size* dengan nilai perusahaan.**

Berdasarkan nilai koefisien jalur pengaruh tidak langsung antara *firm size* atas nilai perusahaan melewati profitabilitas dijelaskan jika didapatkan nilai *original sample* negatif yaitu -0,001. Hasil dari *t-statistics* bernilai 0,019 < 1,96 (nilai Z-score normal) serta hasil *p-value* bernilai 0,985 > 0,05 (taraf signifikansi). Jadi bisa ditarik sebuah kesimpulan jika hipotesis 5 ditolak dengan pengaruh tidak signifikan.

## SIMPULAN

Dari perolehan hasil uji, peneliti mampu melakukan pengambilan kesimpulan melalui perbandingan pengembangan hipotesis serta data hasil pengujian, di antaranya ialah :

1. Bersumber dari hasil pengujian, diketahui pada hipotesis pertama (H1) jika pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan atas nilai perusahaan khususnya pada perusahaan pertambangan, sehingga mendapat kesimpulan bahwa hipotesis pertama (H1) diterima.
2. Bersumber dari hasil pengujian, diketahui pada hipotesis kedua (H2) jika *firm size* berpengaruh signifikan atas nilai perusahaan, sehingga mendapat kesimpulan bahwa hipotesis kedua (H2) diterima.
3. Bersumber dari hasil pengujian, diketahui pada hipotesis ketiga (H3) jika profitabilitas tidak berpengaruh signifikan atas nilai perusahaan, sehingga mendapat kesimpulan bahwa hipotesis ketiga (H3) ditolak.
4. Bersumber dari hasil pengujian, diketahui pada hipotesis keempat (H4) jika profitabilitas sebagai variabel intervening tidak mampu mendukung hubungan *Corporate Social Responsibility* (CSR) atas nilai perusahaan, sehingga mendapat kesimpulan bahwa hipotesis keempat (H4) ditolak.
5. Bersumber dari hasil pengujian, diketahui pada hipotesis kelima (H5) jika profitabilitas sebagai variabel intervening tidak mampu mendukung hubungan *firm size* atas nilai perusahaan, sehingga mendapat kesimpulan bahwa hipotesis kelima (H5) ditolak.

Keterbatasan penelitian pada saat melakukan penelitian ini yaitu kurangnya indikator pengungkapan CSR dan kurangnya pihak untuk menentukan luas pengungkapan sebagai bentuk pemeriksaan kembali, pengambilan sampel yang diperlukan ke hati-hatian saat mengelompokkan berdasarkan kriteria dan periode yang sudah ditentukan, serta kurangnya indikator pengukuran pada setiap variabelnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Analisa. (2011). *Nilai Perusahaan ( Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Yangs Analisa Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro*. 2, 1–28.
- Ayu Octaviany, Syamsul Hidayat, M. (2019). Pengaruh Likuiditas Dan Leverage Terhadap Nilai

- Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening. *Progress: Jurnal Pendidikan, Akuntansi Dan Keuangan*, 3(2), 216–245. <https://doi.org/10.47080/Progress.V3i2.943>
- Brigham, Eugene F., Joel F. Houston, Yao-Min Chiang, Hon-Sing Lee, A. N. B. A. (2010). *Essential Of Financial Management 2nd Edition*. Cengage Learning.
- Chen, R. C., & Lee, C.-H. (2017). *The Influence Of Csr On Firm Value: An Application Of Panel Smooth Transition Regression On Taiwan*. 49, No. 34.
- Dedy. (2015). 9 Dampak Lingkungan Akibat Pertambangan. <https://Pontianak.Tribunnews.Com/2015/09/10/9-Dampak-Lingkungan-Akibat-Pertambangan>
- Deegan, C., & Blomquist, C. (2006). Stakeholder Influence On Corporate Reporting: An Exploration Of The Interaction Between Wwf-Australia And The Australian Minerals Industry. *Accounting, Organizations And Society*, 31(4–5), 343–372. <https://doi.org/10.1016/j.aos.2005.04.001>
- Dewi, N., & Ratna Sari, M. (2019). *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Profitabilitas Pada Csr*. 27(3), 195.
- Ghozali, Imam, And H. L. (2015). *Partial Least Squares Konsep, Teknik, Dan Aplikasi Menggunakan Program Smartpls 3.0 Untuk Penelitian Empiris* (Edisi 2). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gray, R. (2005). Taking A Long View On What We Now Know About Social And Environmental Accountability And Reporting. *Electronic Journal Of Radical Organisation Theory*, Vol.9, P.
- Hadi, N. (2011). *Corporate Social Responsibility*. Graha Ilmu.
- Hermuningsih, S. (2013). Pengaruh Profitabilitas, Growth Opportunity, Sruktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Publik Di Indonesia. *Bulletin Of Science, Technology And Society*, 18(1), 38–46. <https://doi.org/10.1177/027046769801800106>
- Hery. (2015). *Pengantar Akuntansi: Comprehensive Edition*. Grasindo.
- M.Agphin, R., & Sugiyono. (2015). Pengembangan Sumber Dana Sekolah Pada Sekolah Menengah Kejuruan Developing The Source Of School Funds In. *Jurnal Pendidikan Vokasi*, 5(3), 340–351.
- Moina, F. A., Kamaliah, & Desmiyawati. (2016). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Mediator Dan Jenis Industri Sebagai Moderator Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2014. *Jurnal Ekonomi*, 24(3), 153–167.
- Nurhidayah. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Pemoderasi. *Akrab Juara*, 5(1), 43–54. <http://Www.Akrabjuara.Com/Index.Php/Akrabjuara/Article/View/919>
- Putra, A. S. (2015). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Profitabilitas Perusahaan Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Bursa Efek Indonesi Tahun 2010-2013. *Jurnal Nominal*, Vol. Iv No.
- Rahayu, S. (2010). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Dan Good Corporate Governance Sebagai Variabel Pemoderasi. *Xiandai Huagong/Modern Chemical Industry*, 31(Suppl. 1).
- Reni, F., & Anggraini, R. (2006). Pengungkapan Informasi Sosial Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial Dalam Laporan Keuangan Tahunan. *Pengungkapan Informasi Sosial Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan*

- Informasi Sosial Dalam Laporan Keuangan Tahunan (Studi Empiris Pada Perusahaan-Perusahaan Yang Terdaftar Bursa Efek Jakarta)*, 21, 23–26.  
[Http://Digilib.Mercubuana.Ac.Id/Manager/File\\_Artikel\\_Abstrak/Isi\\_Artikel\\_699411403487.Pdf](http://Digilib.Mercubuana.Ac.Id/Manager/File_Artikel_Abstrak/Isi_Artikel_699411403487.Pdf)
- Santioso, C. (2019). Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 10(2), 295–307.  
[Https://Jamal.Ub.Ac.Id/Index.Php/Jamal/Article/View/1131](https://Jamal.Ub.Ac.Id/Index.Php/Jamal/Article/View/1131)
- Sartono, A. (2012). *Manajemen Keuangan Teori Dan Aplikasi* (Edisi4 Ed.). Bpfe.
- Sudiarta, R. &. (2016). *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan*. 5(7), 569–576. <https://doi.org/10.32528/psneb.V0i0.5210>
- Syahyunan. (2015). *Manajemen Keuangan*. Usu Press.
- Wibowo &Faradiza. (2014). *Sekar\_Sna\_Lengkap.Pdf* (P. 30).
- Willy Abdillah Dan Hartono Jogyanto. (2015). *Partial Least Square (Pls) Alternatif Structural Equation Modeling (Sem) Dalam Penelitian Bisnis*. Cv Andi Offset.
- Wulandari, A. (2019). *Pengaruh Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Dan Kebijakan Dividen Sebagai Variabel Moderasi*. April, 33–35.
- Yunina, Y., & Husna, A. (2018). Pengaruh Struktur Modal Dan Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Periode 2012-2016). *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 5(1), 59. <https://doi.org/10.29103/Jak.V6i1.1825>
- Zafra, A. (2018). “Pengaruh Kebijakan Dividen, Kebijakan Hutang Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Sektor Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2009-2014.” *Journal Business Administration*, Vol. 53(9), 1689–1699.