

Pengaruh Likuiditas, Profitabilitas, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan *Corporate Social Responsibility* Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan *Property* Dan *Real Estate* Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2016-2022

Nesia Verina Putri¹, Yani Suryani², Desi Ika³
Universitas Harapan Medan

ABSTRAK

Keywords:

Liquidity, Profitability, Firm Size, Firm Value, Corporate Social Responsibility Trust

This research was conducted with the aim of knowing the effect of liquidity, profitability and firm size on firm value with Corporate Social Responsibility as a moderating variable. This type of research is a quantitative research that is associative in nature. The population used in this study are property and real estate companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) in the period of 2016-2022. The sampling techniques used purposive sampling method with samples of 15 companies over 7 years of observation so that total observation datas are 105 datas. This method of research analysis is statistical analysis using version 26 of SPSS software and Moderated Regression Analysis (MRA). The results of this research indicates that liquidity had no significant effect on firm value, profitability had a significant effect on firm value, firm size had no effect on firm value, Corporate Social Responsibility moderates but is not significant the relationship between liquidity on firm value, and Corporate Social Responsibility did not moderate the relationship between profitability and firm size on firm value in property and real estate companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) in period of 2016-2022.

This is an open access article under the CC BY NC licence



Corresponding Author :

Nesia Verina Putri
Universitas Harapan Medan
Email :

PENDAHULUAN

Persaingan dunia bisnis semakin ketat, perusahaan yang tidak dapat bertahan akan tertinggal oleh pesaing bisnis lainnya dan keuntungan yang didapatkan juga semakin kecil bahkan bisa mengalami kebangkrutan. Oleh karena itu, nilai perusahaan menjadi bagian penting untuk perusahaan dalam bertahan di dunia bisnis (Ahmad, 2018). Perusahaan tidak hanya memiliki tujuan memaksimalkan keuntungan, tetapi juga mensejahterakan kemakmuran para pemegang saham dengan memaksimalkan nilai perusahaan. Memaksimalkan nilai perusahaan merupakan hal yang sangat penting bagi suatu perusahaan, karena dengan memaksimalkan nilai perusahaan berarti memaksimalkan tujuan utama perusahaan. Meningkatnya nilai perusahaan adalah sebuah prestasi yang sesuai dengan keinginan para pemiliknya, karena

dengan meningkatnya nilai perusahaan, maka kesejahteraan para pemilik juga akan meningkat.

Nilai perusahaan yang terus meningkat akan membuat investor tertarik untuk melakukan investasi pada perusahaan tersebut. Semakin tinggi keuntungan perusahaan semakin tinggi nilai perusahaan. Banyak *shareholder* menyerahkan pengelolaan perusahaan kepada manajer perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan tersebut. *Shareholder* mengutuskan atau mendelegasikan pengolahan perusahaan kepada manajemen perusahaan dalam meningkatkan nilai perusahaan maka dalam proses pendelegasian wewenang ini, sering dijumpai beberapa persoalan yang berhubungan dengan konflik di antara *shareholder* (pemilik) dan para pelaksana atau manajer (Hardiningsih, 2009). Konflik tersebut terjadi karena adanya perbedaan kepentingan antara manajer dengan *shareholder* atau dalam teori keuangan disebut dengan konflik keagenan (*agency conflict*), dimana manajer berfungsi sebagai agen dan *shareholder* sebagai *principal*. Dalam meningkatkan nilai perusahaan dapat dilakukan jika manajemen perusahaan bekerja sama yang baik dengan pihak lain pemegang saham (*stakeholder*) dan *shareholder* dalam membuat keputusan keuangan.

Nilai perusahaan yang meningkat dapat ditandai dengan total aktiva perusahaan yang mengalami kenaikan dan lebih besar dibandingkan dengan jumlah hutang perusahaan (Dewantari et al., 2020). Perusahaan harus mampu untuk menyesuaikan perkembangan dunia bisnis untuk menghasilkan nilai perusahaan yang dapat dilihat baik oleh *stakeholders*. Perkembangan bisnis perusahaan akan memicu terjadinya persaingan antar perusahaan demi mencapai tujuan perusahaan, sehingga perusahaan akan dituntut untuk mengembangkan strateginya agar tidak kalah saing dengan perusahaan yang lain. Dalam upaya meningkatkan nilai perusahaannya, maka perusahaan dituntut untuk mampu merumuskan strategi yang efektif dan efisien (Putra & Sunarto, 2021).

Meningkatnya nilai perusahaan merupakan suatu prestasi yang diinginkan oleh para pemilik perusahaan, nilai perusahaan yang meningkat tersebut akan meningkatkan minat investor untuk menanamkan modalnya ke perusahaan (Nurhayati et al., 2020). Salah satu indikator untuk mengukur nilai perusahaan memiliki prospek yang baik atau tidak di masa mendatang, adalah dengan melihat kemampuan dalam menghasilkan laba. Pengukuran nilai perusahaan pada penelitian ini menggunakan *Price Book Value* (PBV) menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan. *Price to book value* (PBV) dapat diartikan sebagai hasil perbandingan antara harga saham dengan nilai buku per lembar saham (Oktiwati & Nurhayati, 2020). PBV juga menunjukkan seberapa jauh suatu perusahaan mampu menciptakan nilai perusahaan yang relatif terhadap jumlah modal yang diinvestasikan. *Price Book Value* (PBV) yang tinggi membuat para investor percaya dengan kegiatan yang dilakukan perusahaan. Namun dalam kenyataannya tidak semua perusahaan menginginkan nilai perusahaan yang tinggi karena mereka takut apabila saham perusahaan terlalu tinggi dan mengakibatkan investor kurang tertarik karena harga saham yang terlalu tinggi (Amro, 2019).

Nilai perusahaan pada dasarnya dapat diukur melalui beberapa aspek, salah satunya adalah dengan melihat rasio harga pasar terhadap nilai buku perusahaan (*Price to Book Value*) yang menunjukkan bahwa tingkat kemampuan perusahaan menciptakan nilai relatif terhadap jumlah modal yang diinvestasikan. *Price to Book Value* (PBV) yang tinggi mencerminkan harga saham yang tinggi dibandingkan dengan nilai buku per lembar saham sehingga menciptakan nilai perusahaan yang baik. Harga pasar saham menunjukkan penilaian sentral dari seluruh pelaku pasar, barometer kinerja manajemen perusahaan dapat dinilai dari harga pasar saham (Jayanti, 2018). Nilai perusahaan menunjukkan apakah harga saham atau harga

pasaran yang diperdagangkan di atas atau di bawah nilai buku saham tersebut. *Price Book Value* diukur dengan perbandingan antara nilai pasar saham perusahaan terhadap nilai buku, dimana nilai pasar saham merupakan indikator nilai perusahaan.

Nilai perusahaan merupakan salah satu indikator untuk mengukur prospek yang baik atau tidak untuk masa mendatang, dengan melihat kemampuan dalam menghasilkan laba. Persepsi investor pada tingkat keberhasilan perusahaan dicerminkan melalui nilai perusahaan. Peningkatan nilai akan membuat pasar percaya pada kinerja perusahaan dan prospeknya di masa yang akan datang karena tingginya harga saham. Memaksimalkan nilai perusahaan dan meningkatkan laba perusahaan adalah tujuan perusahaan yang saling berkaitan untuk meningkatkan kesejahteraan para pemegang saham, sehingga tujuan tersebut akan menjadi kriteria penting untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan (Dewantari et al., 2020).

Ada berbagai macam faktor yang mempengaruhi naik turunnya nilai perusahaan diantaranya adalah dengan mengevaluasi laporan keuangan perusahaan dan struktur kepemilikan perusahaan. Menurut Trisnawati (2022) beberapa faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah struktur modal, profitabilitas, pertumbuhan perusahaan, dan ukuran perusahaan. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi profitabilitas terhadap nilai perusahaan, pada penelitian yang dilakukan oleh Raningsih & Artini (2018), Hafidah (2017), dan Ramadhani (2022) menyatakan faktor yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan adalah profitabilitas (ROA). Pada penelitian Nilawati et al (2018) menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan pada penelitian Ambarwati (2021) likuiditas tidak mempengaruhi nilai perusahaan.

Meningkatnya nilai perusahaan merupakan salah satu cara untuk meningkatkan kemakmuran pemegang saham. Kemakmuran para pemegang saham akan meningkat apabila nilai perusahaan tinggi, sehingga para pemegang saham berkeinginan menginvestasikan modalnya kepada perusahaan tersebut. Dalam teori sinyal dikatakan bahwa pengeluaran investasi oleh investor memberikan sinyal positif tentang pertumbuhan perusahaan di masa yang akan datang, sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan (Dewi & Abundanti, 2019). Likuiditas menjadi faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Likuiditas menjadi tolak ukur perusahaan dalam melunasi utang yang telah jatuh tempo. Likuiditas dapat digunakan oleh pihak yang berkepentingan dalam menilai tingkat perusahaan seperti kreditur jangka pendek (pemasok dan bankir). Likuiditas bergantung pada arus kas perusahaan dan komponen aktiva lancar serta kewajiban lancarnya.

Nilai perusahaan dapat ditentukan oleh profitabilitas. Profitabilitas mempunyai hubungan pada nilai perusahaan karena semakin banyak keuntungan yang dihasilkan dari aset yang dimilikinya, maka pemegang saham atau investor akan lebih tertarik karena menghasilkan keuntungan yang tinggi dalam prospek perusahaan, sehingga *return* yang akan dihasilkan tinggi (Iman et al., 2021). Memaksimalkan nilai perusahaan terletak pada profitabilitas karena tingkat profitabilitas perusahaan yang tinggi akan diminati sahamnya oleh investor, sehingga meningkatkan nilai perusahaannya. Peningkatan profitabilitas memberikan sinyal positif kepada investor bahwa perusahaan tersebut *profitable* dan diharapkan mampu untuk memberikan kesejahteraan kepada pemegang saham melalui pengambilan saham yang tinggi. Pengukuran profitabilitas pada penelitian ini menggunakan *Return on Assets* (ROA).

Profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dan keuntungan dengan menggunakan sumber-sumber yang dimiliki perusahaan seperti aktiva, modal atau penjualan (Ali et al., 2021). Profitabilitas dalam mencerminkan efektifitas dan kinerja perusahaan dalam menghasilkan laba dengan menggunakan aset yang dimilikinya dalam menghasilkan laba. Suatu perusahaan harus berada dalam kondisi keadaan *profitable* atau

menguntungkan dalam melangsungkan efektivitas operasinya. Perusahaan akan sulit memperoleh dan menarik modal dari luar tanpa adanya keuntungan. Profitabilitas yang tercatat di laporan keuangan terus meningkat merupakan kemampuan perusahaan semakin membaik, hal itu menggambarkan kekayaan pemodal yang bertambah dan menjanjikan kedepannya (Rivandi & Septiano, 2021).

Semakin tinggi ukuran perusahaan dalam suatu perusahaan maka nilai perusahaan pun semakin tinggi (Dwiastuti & Dillak, 2019). Ukuran perusahaan merupakan besar maupun kecilnya suatu perusahaan yang dapat dilihat melalui besarnya ekuitas, penjualan maupun total aktiva perusahaan, total aktiva perusahaan yang semakin besar dapat menggambarkan bahwa perusahaan tersebut sudah mencapai tahap kedewasaannya (Kolamban et al., 2020). Jika perusahaan memiliki total aset yang besar, maka pihak perusahaan akan lebih bebas dalam mempergunakan aset yang ada pada perusahaan, sehingga perusahaan akan lebih mudah dalam mengendalikan perusahaan dalam meningkatkan nilai perusahaannya.

Bertambah besar ukuran perusahaan, maka akan semakin mudah perusahaan untuk mendapatkan sumber dana internal maupun eksternal. Aksesibilitas yang lebih mudah dalam memperoleh sumber dana tersebut, akan membuat perusahaan yang lebih besar dapat memiliki fleksibilitas yang lebih besar dan kemampuan untuk mengumpulkan dana dalam waktu singkat. Menghasilkan *feedback* usaha yang baik jika sumber dana tersebut benar-benar dapat dikelola secara optimal, maka dapat menarik minat calon investor untuk menanamkan sahamnya pada perusahaan terkait sejalan dengan peningkatan nilai perusahaan (Ramdhonah, 2019). Pengukuran nilai perusahaan pada penelitian ini menggunakan *Log Natural* (Ln). Penelitian yang dilakukan oleh Kurniawan & Ardiansyah (2020), menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan penelitian yang dilakukan oleh Jayanti (2018), menyatakan bahwa ukuran perusahaan yang diukur dengan rasio *Log Natural* (Ln) dari total aset berpengaruh terhadap nilai perusahaan (PBV). Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Gede (2016), menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Dalam rangka untuk memberikan sinyal positif kepada para investor, perusahaan *go public* akan berusaha untuk meningkatkan nilai perusahaan melalui perbaikan kinerja perusahaan. Telah banyak penelitian yang dilakukan terkait dengan faktor-faktor yang memengaruhi nilai perusahaan. Umumnya, faktor keuangan merupakan faktor yang paling sering digunakan untuk menjelaskan mengenai bagaimana pengaruhnya pada nilai perusahaan. Faktor keuangan tersebut seperti profitabilitas, dan ukuran perusahaan (Chumaidah, 2018). Selain faktor keuangan tersebut, ada juga faktor bukan keuangan yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan, salah satunya adalah pertanggungjawaban sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Corporate Social Responsibility (Tanggung Jawab Sosial Perusahaan) dianggap inti dari etika bisnis yang mempunyai kewajiban-kewajiban ekonomi dan legal kepada pemegang saham atau *shareholder*. Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan sebagian dari strategi bisnis yang membuat perusahaan semakin menyadari pentingnya menerapkan program CSR (Pratiwi & Setyoningsih, 2017). *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan tindakan atau konsep yang dilakukan perusahaan sebagai rasa tanggung jawab perusahaan terhadap sosial maupun lingkungan sekitar dimana perusahaan itu berada. Kontribusi positif perusahaan yang melakukan CSR akan mendapatkan *image* positif dari investor perusahaan.

Adanya kinerja keuangan dan praktik CSR yang baik diharapkan nilai perusahaan dinilai baik oleh investor, karena tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan yang

terjamin tumbuh secara berkelanjutan jika perusahaan memperhatikan kinerja keuangan, dimensi ekonomi, sosial dan lingkungan hidup dalam keberlangsungan keseimbangan antara kepentingan ekonomi, lingkungan, dan masyarakat. Hubungan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam memoderasi likuiditas, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan yaitu perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi merupakan sebuah prestasi kinerja yang baik sehingga perusahaan akan mendapatkan banyak sorotan dari *stakeholder*, sehingga meningkatkan kewajiban perusahaan atas pelaporan informasi terkait kegiatan *Corporate Social Responsibility*. Semakin besar *Corporate Social Responsibility* perusahaan maka akan semakin banyak pula pihak-pihak yang menjadi bagian dari *stakeholder* perusahaan, sehingga semakin luas jangkauan pertanggungjawaban sosial perusahaan.

Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu, terletak pada penambahan variabel independen likuiditas dan profitabilitas yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Perbedaan lainnya terletak pada pengubahan variabel mediasi menjadi variabel moderasi, *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam penelitian ini berfungsi sebagai variabel pemoderasi untuk melihat apakah dengan adanya CSR akan mampu memperkuat maupun memperlemah hubungan antara likuiditas, profitabilitas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Variabel CSR digunakan sebagai variabel moderasi karena berdasarkan dengan teori *stakeholder* menyatakan bahwa perusahaan harus melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial kepada para *stakeholder* (Wijaya, 2015). Kemudian pengubahan objek pengamatan pada (Perusahaan *Property* dan *Real Estate*) serta pengubahan periode tahun 2016-2022.

METODE

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda merupakan hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen (likuiditas, profitabilitas, ukuran perusahaan) dengan variabel dependen (nilai perusahaan). Maka terdapat rumusnya yaitu sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 Z + \epsilon$$

Moderated Regression Analysis (MRA)

Dalam penelitian ini akan digunakan Uji MRA dengan model Uji Residual. Dengan rumus persamaan sebagai berikut:

$$\text{MRA I : } Z = a_2 + \beta_5 X_1 + eabxolute^1 \quad Eabxolute^1 = a_3 - \beta_6 y$$

$$\text{MRA II : } Z = a_4 + \beta_7 X_2 + eabxolute^2 \quad Eabxolute^2 = a_5 - \beta_8 y$$

$$\text{MRA III : } Z = a_6 + \beta_9 X_3 + eabxolute^3 \quad Eabxolute^3 = a_7 - \beta_{10} y$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 1. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

	Coefficients ^a		Standardized Coefficients	t	Sig.
	Unstandardized Coefficients	Std. Error			
	B		Beta		
(Constant)	-3.964	2.836		-1.398	.165
CR	-.104	.041	-.216	-2.565	.012
ROA	14.971	2.415	.513	6.199	.000
SIZE	.159	.094	.142	1.693	.094

a. Dependent Variable: Y

Uji Kelayakan Model Koefisiensi Determinansi (R²)

Tabel 2. Hasil Uji Koefisiensi Determinasi

<i>Model Summary^b</i>			
<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
.833 ^a	.694	.685	.71483
<i>a. Predictors: (Constant), CR, ROA, SIZE</i>			
<i>b. Dependent Variable: PBV</i>			

Berdasarkan tabel di atas diperoleh nilai *Adjust R Square* (koefisien determinasi) sebesar 0.694 yang artinya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen sebesar 69,4% maka dapat disimpulkan kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen terbilang baik. Sedangkan sisanya (100% - 69.4% = 31.6%) dimungkinkan dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti atau dapat dijelaskan oleh variabel lainnya di luar lingkup penelitian.

Uji F

Tabel 3. Hasil Uji F

<i>ANOVA^a</i>					
	<i>Sum of Squares</i>	<i>df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
<i>Regression</i>	8.736	3	2.912	22.456	.000 ^b
<i>Residual</i>	13.098	101	.130		
<i>Total</i>	21.834	104			
<i>a. Dependent Variable: PBV</i>					
<i>b. Predictors: (Constant), CR, ROA, SIZE</i>					

Diketahui nilai F_{tabel} sebesar 2.69. Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat nilai $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ atau $22.456 > 2.69$. Sedangkan nilai signifikansi yang dihasilkan yaitu 0.000 lebih kecil dari 0.05 ($0.000 < 0.05$). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model regresi berganda ini layak digunakan, dan secara bersama – sama variabel likuiditas, profitabilitas, dan ukuran perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan.

Uji Hipotesis

Tabel 4. Uji Hipotesis

<i>Coefficients^a</i>					
	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	<i>T</i>	<i>Sig.</i>
	<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>		
(Constant)	-3.964	2.836		-1.398	.165
X ₁	-.104	.041	-.216	-2.565	.012
X ₂	14.971	2.415	.513	6.199	.000
X ₃	.159	.094	.142	1.693	.094
<i>a. Dependent Variable: Y</i>					

Diketahui nilai T_{tabel} sebesar 1.983. Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Likuiditas (X₁) dengan nilai signifikansi sebesar $0.012 < 0.05$ dan nilai $T_{\text{hitung}} < T_{\text{tabel}}$ atau $-2.565 < 1.983$ mengarah negatif, maka likuiditas berpengaruh negatif signifikan terhadap Y.
2. Profitabilitas (X₂) dengan nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$ dan nilai $T_{\text{hitung}} > T_{\text{tabel}}$ atau $6.199 > 1.983$ mengarah positif, maka profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap Y.

3. Ukuran perusahaan (X_3) dengan nilai signifikansi sebesar $0.094 > 0.05$ dan nilai $T_{hitung} < T_{tabel}$ atau $1.693 < 1.983$, maka ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap Y.

Moderated Regression Analysis (MRA)

MRA I

Tabel 5. Hasil Uji MRA I dengan Uji Residual

<i>Coefficients^a</i>					
	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.213	.045		4.762	.000
X ₁	.002	.011	.019	.197	.844

a. Dependent Variable: Z

$$Z_1 = a + b_1X_1 + e$$

$$e_Abs_1 = a - b_2y$$

Residual I

<i>Coefficients^a</i>					
	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.114	.037		3.067	.003
Y	-.001	.021	-.006	-.060	.952

a. Dependent Variable: e_Abs1

Diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Z = 0.213 + 0.002 + 0.011$$

$$0.021 = 0.114 - 0.001$$

Sebuah variabel dinyatakan variabel moderating jika nilai koefisiennya bernilai negatif dan nilai signifikansi < 0.05 . Dapat dilihat pada tabel di atas bahwa nilai koefisien dari hasil uji residual-I bernilai negatif yaitu -0.001 dan memiliki nilai signifikan lebih besar dari α ($0.952 > 0.05$). Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* (Z) mampu memoderasi namun tidak signifikan pengaruh atau hubungan antara likuiditas (X_1) terhadap nilai perusahaan (Y).

MRA II

Tabel 6. Hasil Uji MRA II dengan Uji Residual

<i>Coefficients^a</i>					
	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.136	.044		3.078	.003
X ₂	1.535	.640	.230	2.400	.018

a. Dependent Variable: Z

$$Z_2 = a + b_1X_2 + e$$

$$e_Abs_2 = a - b_2y$$

Residual II

<i>Coefficients^a</i>					
	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.095	.035		2.703	.008
Y	.020	.020	.101	1.028	.306

a. Dependent Variable: e_Abs2

Diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Z = 0.136 + 1.536 + 0.640$$

$$0.095 = 0.020 + 0.020$$

Sebuah variabel dinyatakan variabel moderating jika nilai koefisiennya bernilai negatif dan nilai signifikansi < 0.05. Dapat dilihat pada tabel di atas bahwa nilai koefisien dari hasil uji residual-II bernilai positif yaitu 0.020 dan memiliki nilai signifikan lebih besar dari *alpha* (0.306 > 0.05). Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* (Z) tidak mampu memoderasi pengaruh atau hubungan antara profitabilitas (X₂) terhadap nilai perusahaan (Y).

MRA III

Tabel 7. Hasil Uji MRA III dengan Uji Residual

<i>Coefficients^a</i>					
	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-.439	.749		-.586	.559
X ₃	.022	.025	.086	.879	.381

a. Dependent Variable: Z

$$Z_3 = a + b_1X_3 + e$$

$$e_Abs_3 = a - b_2y$$

Residual III

<i>Coefficients^a</i>					
	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.101	.037		2.711	.008
Y	.001	.021	.007	.069	.945

a. Dependent Variable: e Abs3

Diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Z = -0.439 + 0.022 + 0.025$$

$$0.101 = 0.021 + 0.001$$

Sebuah variabel dinyatakan variabel moderating jika nilai koefisiennya bernilai negatif dan nilai signifikansi < 0.05. Dapat dilihat pada tabel di atas bahwa nilai koefisien dari hasil uji residual-III bernilai positif yaitu 0.021 dan memiliki nilai signifikan lebih besar dari *alpha* (0.945 > 0.05). Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* (Z) tidak mampu memoderasi pengaruh atau hubungan antara ukuran perusahaan (X₃) terhadap nilai perusahaan (Y).

Pembahasan

Pada hasil uji statistik secara simultan diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $22.456 > 2.69$ dengan nilai signifikansi yang dihasilkan yaitu 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Dengan demikian dapat diartikan bahwa secara bersama-sama variabel likuiditas, profitabilitas, dan ukuran perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil uji statistik secara parsial dan hasil uji interaksi selanjutnya dijelaskan pada uraian di bawah ini.

Pengaruh Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian statistik menunjukkan bahwa T_{hitung} untuk variabel likuiditas (X₁) sebesar -2.565 mengarah negatif sedangkan T_{tabel} adalah 1.983, sehingga dapat dinyatakan bahwa $T_{hitung} < T_{tabel}$ $2.565 > 1.983$ mengarah negatif, dengan nilai signifikan $0.012 < 0.05$. Sehingga likuiditas berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Maka hipotesis

pertama pada penelitian ini ditolak. Sehingga tidak sejalan dengan teori sinyal yang menjelaskan bahwa jika likuiditas tinggi dapat meningkatkan nilai perusahaan, karena tingginya likuiditas suatu perusahaan belum tentu dapat menaikkan nilai perusahaan. Semakin tinggi tingkat likuiditas suatu perusahaan dapat menurunkan nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Febriani (2020) dan Dewi et al (2021) yang menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan yang berarti bahwa likuiditas mempengaruhi tinggi rendahnya nilai perusahaan pada perusahaan *property* dan *real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian statistik menunjukkan bahwa T_{hitung} untuk variabel profitabilitas (X_2) sebesar 6.199 sedangkan T_{tabel} adalah 1.983, sehingga dapat dinyatakan bahwa $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($6.199 > 1.983$) mengarah positif, dengan nilai signifikan $0.000 < 0.05$. Sehingga profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Maka hipotesis pertama pada penelitian ini diterima. Pengaruh signifikan ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif signifikan profitabilitas terhadap nilai perusahaan dapat menjadi informasi yang baik bagi investor. Jika profitabilitas suatu perusahaan meningkat maka akan meningkatkan nilai perusahaan dan akan menarik minat para investor untuk menanamkan sahamnya ke perusahaan tersebut, profitabilitas yang diperoleh sebuah perusahaan akan mempengaruhi besarnya jumlah dividen yang akan dibayarkan kepada para pemegang saham. Jika perusahaan memperoleh laba dalam jumlah besar, maka kemampuan untuk membayar dividen semakin besar. Sehingga, besarnya jumlah dividen dapat mempengaruhi nilai perusahaan.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian statistik menunjukkan bahwa T_{hitung} untuk variabel ukuran perusahaan (X_3) sebesar 1.693 sedangkan T_{tabel} adalah 1.983, sehingga dapat dinyatakan bahwa $T_{hitung} < T_{tabel}$ ($1.693 < 1.983$), dengan nilai signifikan $0.094 > 0.05$. Sehingga ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Maka hipotesis ketiga pada penelitian ini ditolak. Semakin besar ukuran perusahaan akan menjadikan perusahaan akan semakin fleksibel dan mudah dalam memperoleh dana namun menyebabkan kekhawatiran pihak pemilik saham atas asset yang dimilikinya. Perusahaan yang besar dapat dengan mudah memperoleh akses ke pasar modal. Kemudahan untuk mengakses ke pasar modal berarti perusahaan memiliki fleksibilitas dan kemampuan untuk mendapatkan dana yang lebih besar. Dengan kemudahan tersebut ditangkap oleh investor sebagai sinyal positif dan prospek yang baik sehingga ukuran perusahaan bisa memberikan pengaruh yang positif terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel moderasi dalam memoderasi hubungan antara Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian statistik atau hasil uji residual menunjukkan bahwa secara parsial *Corporate Social Responsibility* mampu memoderasi namun tidak signifikan pengaruh atau hubungan antara likuiditas (X_1) terhadap nilai perusahaan (Y), hasil ini dapat dinyatakan variabel moderating jika nilai koefisiennya bernilai negatif dan nilai signifikansi $< 0,05$. Nilai koefisien dari hasil uji residual bernilai negatif yaitu -0,001 dan memiliki nilai signifikan lebih besar dari α ($0,952 > 0,05$). Jadi hasil ini dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* mampu memoderasi namun tidak signifikan hubungan antara likuiditas

terhadap nilai perusahaan. Sehingga *Corporate Social Responsibility* dapat dinyatakan sebagai variabel moderasi. Maka hipotesis keempat pada penelitian ini diterima. Perusahaan yang menjalankan likuiditas dengan baik dan mampu memenuhi kewajiban perusahaan maka, akan meningkatkan kualitas serta tanggung jawab sosial atau *Corporate Social Responsibility* perusahaan di mata para investor. Sehingga dapat disimpulkan bahwa, Likuiditas akan meningkatkan nilai perusahaan jika tanggung jawab sosial perusahaan berjalan dengan baik.

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel moderasi dalam memoderasi hubungan antara Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian statistik atau hasil uji residual menunjukkan bahwa secara parsial *Corporate Social Responsibility* (Z) tidak mampu memoderasi pengaruh atau hubungan antara profitabilitas (X_2) terhadap nilai perusahaan (Y), hasil ini dapat dinyatakan variabel moderating jika nilai koefisiennya bernilai negatif dan nilai signifikansi $< 0,05$. Nilai koefisien dari hasil uji residual bernilai positif yaitu 0,020 dan memiliki nilai signifikan lebih besar dari α ($0,306 > 0,05$). Jadi hasil ini dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak mampu memoderasi hubungan antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan, sehingga *Corporate Social Responsibility* tidak dapat dinyatakan sebagai variabel moderasi. Maka hipotesis kelima pada penelitian ini ditolak. Posisi *Corporate Social Responsibility* disini bisa melemahkan relasi yang melibatkan profitabilitas dengan nilai perusahaan, karena investor tidak memperhatikan *Corporate Social Responsibility* sebagai dasar pengambil keputusan untuk berinvestasi pada perusahaan (Yanto, 2018). Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* menyebabkan peningkatan beban perusahaan, yang akhirnya menyusutkan profitabilitas perusahaan yang berakibat dalam hal penyusutan dividen untuk penanam modal.

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel moderasi dalam memoderasi hubungan antara Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian statistik atau hasil uji residual menunjukkan bahwa secara parsial *Corporate Social Responsibility* (Z) tidak mampu memoderasi pengaruh atau hubungan antara ukuran perusahaan (X_3) terhadap nilai perusahaan (Y), hasil ini dapat dilihat pada tabel IV.12. Sebuah variabel dinyatakan variabel moderating jika nilai koefisiennya bernilai negatif dan nilai signifikansi $< 0,05$. Dapat dilihat pada tabel IV.12 di atas bahwa nilai koefisien dari hasil uji residual bernilai positif yaitu 0,021 dan memiliki nilai signifikan lebih besar dari α ($0,945 > 0,05$). Jadi hasil ini dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak mampu memoderasi hubungan antara ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan, sehingga *Corporate Social Responsibility* tidak dapat dinyatakan sebagai variabel moderasi. Maka hipotesis keenam pada penelitian ini ditolak. Perusahaan yang dapat menunjukkan kondisi atau karakteristik perusahaan yang baik akan mempengaruhi tanggung jawab sosial perusahaan yang dapat meningkatkan nilai perusahaan.

KESIMPULAN

Likuiditas berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan property dan real estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2016-2022. Sementara itu, ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. *Corporate Social Responsibility* (CSR) memoderasi hubungan antara likuiditas terhadap nilai perusahaan, namun pengaruhnya tidak signifikan. Selain itu, CSR tidak memoderasi hubungan antara

profitabilitas maupun ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa likuiditas dan profitabilitas menjadi faktor utama yang mempengaruhi nilai perusahaan, sementara ukuran perusahaan dan peran CSR sebagai pemoderasi tidak memberikan dampak signifikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad. (2018). "Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility (CSR) Sebagai Variabel Moderating". *Jurnal Akuntansi*, Vol. 1.
- Ali, J., Faroji, R., & Ali, O. (2021). "Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2019)". *Jurnal Neraca Peradaban*, Vol. 1, No. 2, Hal : 128–135.
- Ambarwati, J. (2021). "Pengaruh Likuiditas dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan". *Competitive Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, Vol. 5, No. 2, Hal : 497–505.
- Amro, P. Z. N. (2019). "Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan". *Jurnal AKTUAL*, Vol. 17, No. 1.
- Astuti, N. K. B., & Yadnya, I. P. (2019). "Pengaruh Struktur Modal, Likuiditas, Ukuran Perusahaan, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan". *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, Vol. 8, No. 5, ISSN : 3275.
- Ayu, D. P., & Suarjaya, A. A. G. (2017). "Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Mediasi Pada Perusahaan Pertambangan". *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, Vol. 6, No. 2, ISSN : 1112–1138.
- Candrai, A. G. (2021). "Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Pertumbuhan Perusahaan, dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan". *Jurnal of Management Studies*, Vol. 15, No. 1, ISSN : 2541–2655.
- Chasanah, A. N. (2019). "Pengaruh Rasio Likuiditas, Profitabilitas, Struktur Modal dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2015-2017". *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, Vo. 3, No. 1, Hal : 39–47.
- Chumaidah. (2018). "Pengaruh Profitabilitas dan Size Terhadap Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Pemoderasi (Studi Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2016)". *Jurnal Akuntansi*, Vol. 5, No. 1, ISSN : 3255–2455.
- Damanik, W. Z., Siahaan, Y., Tarigan, P., & Susanti, E. (2017). "Pengaruh Likuiditas dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sub Sektor Property dan Real Estate Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia". *Jurnal Financial*, Vol. 3, No. 2, Hal : 79–86.
- Darmayanti. (2019). "Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Leverage dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan". *JE-Jurnal Manajemen*, Vol. 8, No. 4, Hal : 367.
- Dewantari, N. L. S., Cipta, W., & Susila, G. P. A. J. (2020). "Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Leverage Serta Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Food and Beverage Di BEI". *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, Vol. 1, No. 2, Hal : 74.
- Dewi & Abundanti. (2019). "Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Kepemilikan Institusional dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan". *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, Vol. 8, No. 10, ISSN : 6099.

- Dewi, D. C., Nurhayati, E., & Syarifudin, S. (2021). "Pengaruh Likuiditas dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kebijakan Dividen Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2017–2020)". *Jurnal Riset Keuangan Dan Akuntansi*, Vol. 7, No. 2.
- Dwiastuti, & Dillak. (2019). "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Kebijakan Hutang, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan". *Jurnal Aset (Akuntansi Riset)*, Vol. 11, No. 1, Hal : 137–146.
- Fadhilah, R., Idawati, W., & Praptiningsih, P. (2021). "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, dan Struktur Kepemilikan Institusional terhadap Nilai Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai Variabel Moderasi". *Jurnal Akunida*, Vol. 7, No. 2, ISSN : 2442-3033.
- Febriani, R. (2020). "Pengaruh likuiditas dan leverage terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel intervening". *Jurnal Pendidikan, Akuntansi Dan Keuangan*, Vol, 3, No. 2, ISSN : 2623-0763.
- Gede, P. (2016). "Pengaruh Struktur Modal Kebijakan Dividen, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur". *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 5, No. 3, ISSN : 1572–1598.
- Hafidah, A. S. (2017). "Pengaruh Profitabilitas dan Solvabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Yang Dimoderasi *Corporate Social Responsibility*". *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, Vol. 6, No. 6, ISSN : 2460–0585.
- Hardiningsih, P. (2009). "Determinan Nilai Perusahaan". *Jurnal Akuntansi Indonesia*, Vol. 5, No. 2, 231–250.
- Iman, C., Sari, F., & Pujiarti, N. (2021). "Tinjauan Teoritis Likuiditas dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan". *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, Vol. 9, No. 3, ISSN : 531–534.
- Irmayanti, K. R. D., Merawati, L. K., & Tandio, D. R. (2022). "Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan CSR Sebagai Pemoderas". *KARMA (Karya Riset Mahasiswa Akuntansi)*, Vol. 2, No. 1, ISSN : 2436-2445.
- Jayanti, F. D. (2018). "Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, Likuiditas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan". *Jurnal Bingkai Ekonomi*, Vol. 3, No. 2, Hal : 34–44.
- 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*, Vol. 8, No. 3.
- Komalasarai, D., & Raya, U. S. (2017). "Pengaruh Likuiditas, Profitabilitas, dan Solvabilitas Terhadap Harga Saham (Studi Kasus pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)". *Jurnal Akuntansi*, Vol. 3, No. 2, Hal : 77–89.
- Kurniawan, & Ardiansyah. (2020). "Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, *Leverage* dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan". *Jurnal Multiparadigma Akuntansi Tarumanegara*, Vol. 2, No. 1.
- Mustanda. (2020). "Pengaruh *Leverge*, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Properti". *Jurnal Riset Mahasiswa Manajemen*, Vol. 6, No. 1.
- Nilawati, D., Andini Rita, A., & Edi Budi, S. (2018). "Pengaruh likuiditas dan Pertumbuhan

- Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Variabel Struktur Modal Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Perusahaan *Property* dan *Real Estate* yang Terdaftar Di BEI Periode Tahun 2012-2016)". *Jurnal of Accounting*, Vol. 4, No. 4, Hal : 1–19.
- Nurhayati, I., Kartika, A., & Agustin, I. (2020). "Pengaruh Struktur Modal dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kebijakan Dividen Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Manufaktur Tahun 2016-2018". *Dinamika Akuntansi, Keuangan Dan Perbankan*, Vol. 9, No. 2, Hal : 133–144.
- Oktiwiati, E. Dela, & Nurhayati, M. (2020). "Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan (Pada Sektor Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017)". *Jurnal Ilmiah Manajemen*, Vol. 10, Hal. 2.
- Pratiwi, W. M., & Setyoningsih, S. (2017). "Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan *Corporate Social Responsibility Disclosure* Sebagai Variabel Intervening". *Media Riset Akuntansi*, Vol. 4, No. 2, Hal : 24–46.
- Purbawangsa. (2015). "Pengaruh Ukuran Perusahaan dan *Leverage* Terhadap Profitabilitas dan Nilai Perusahaan". *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, Bali, Indonesia*, ISSN : 596–609.
- Putra, A. N. D. A., & Lestari, P. V. (2016). "Pengaruh Kebijakan Dividen, Likuiditas, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan". *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 5, No. 7, ISSN : 4044–4070.
- Putra, & Sunarto. (2021). "Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan Dengan *Corporate Social Responsibility* Sebagai Variabel Moderasi". *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, Vol. 5, No. 1, Hal : 149.
- Rachmawati, & Pinem. (2015). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan CSR Terhadap Nilai Perusahaan". *Jurnal Akuntansi*, Vol. 18, No. 1, Hal : 1–18.
- Rahma, A. N., & Munfaqiroh, S. (2021). "Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Sebagai Variabel Moderasi". *Jurnal Manajemen Dirgantara*, Vol. 14, No. 2, ISSN : 2252-7451.
- Ramadhani, F. (2022). "Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan CSR Sebagai Variabel Moderasi". *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, Vol. 4, No. 12, ISSN : 5483–5488.
- Ramdhonah, I. dan S. (2019). "Pengaruh Struktur Modal, Likuiditas, Ukuran Perusahaan, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan". *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, Vol. 7, No. 1, Hal : 67–82.
- Raningsih, N. K., & Artini, L. G. S. (2018). "Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan *Corporate Social Responsibility* Sebagai Variabel Moderasi". *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, Vol. 8.
- Rivandi, M., & Septiano, R. (2021). "Pengaruh *Intellectual Capital Disclosure* dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan". *Jurnal Akuntansi Trisakti*, Vol. 8, No. 1, Hal : 123–136.
- Sambora, M. N., Siti Ragil Handayani, & Rahayu, S. M. (2014). "Pengaruh *Leverage* dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan *Food and Beverages* Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode tahun 2009-2012)". *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 8, No. 1.

- Sandi, Z. E., & Andayani, A. (2019). "Kinerja Keuangan, Ukuran Perusahaan dan Nilai Perusahaan: Dimoderasi *Corporate Social Responsibility*". *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi (JIRA)*, Vol. 8, No. 3.
- Setiawan, K., Novitasari, N. L. G., & Widhiastuti, N. L. P. (2021). "Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan Dengan *Corporate Social Responsibility* Sebagai Variabel Pemoderasi". *Kumpulan Hasil Riset Mahasiswa Akuntansi (KHARISMA)*, Vol. 3, No. 1.
- Suryanawa, I. K. (2018). "Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Sebagai Pemoderasi". *E-Journal Akuntansi Universitas Udayana*, Vol. 23, No. 3, ISSN : 2302-8556.
- Trisnawati, S. S. (2022). "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan". *Jurnal Riset Akuntansi dan Manajemen Malahayati*, Vol. 10, No. 2, Hal : 97–103, <https://doi.org/10.33024/jrm.v10i2.4902> diakses 9 November 2022.
- Wijaya, Anthony dan Linawati (2015). "Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan". *FINESTA*, Vol. 3, Hal: 46-51.

www.ekrut.com

www.globalreporting.org

www.idx.co.id

www.kompas.com

www.liputan6.com