

PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL MODERASI (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2017)

I Komang Purwita

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mahasaraswati Denpasar
komangpurwita24@gmail.com

Agus Wahyudi Salasa Gama

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mahasaraswati Denpasar
salasa.gm@gmail.com

Ni Putu Yeni Astiti

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mahasaraswati Denpasar
putu_yeni2002@yahoo.com

Abstrak

Mekanisme untuk memperbaiki citra perusahaan dan meningkatkan nilai perusahaan adalah dengan memperbanyak bentuk pertanggungjawaban yang dilakukan perusahaan terhadap lingkungannya atau lebih dikenal dengan *Corporate Social Responsibility*. Selain itu profitabilitas juga masih menjadi perhatian yang penting bagi perusahaan sehingga perlu dilakukan pengujian mengenai pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai variabel moderasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara *Corporate Social Responsibility* pada nilai perusahaan melalui profitabilitas sebagai variabel moderasi. Penelitian ini dilakukan di Bursa Efek Indonesia, dengan objek penelitian perusahaan manufaktur periode 2015 - 2017. Penentuan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik *purposive sampling*, sehingga diperoleh sampel sebanyak 50 perusahaan. Teknik analisis data yang digunakan adalah *Moderated Regression Analysis* (MRA). Hasil pengujian menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR yang dilakukan, maka nilai perusahaan akan semakin tinggi. Profitabilitas tidak mampu memoderasi hubungan antara *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan banyaknya perusahaan manufaktur yang tergolong perusahaan ekonomis, yaitu perusahaan yang memiliki keuntungan yang tinggi namun anggaran untuk pelaksanaan CSR rendah. Jadi sebesar apapun tingkat profitabilitas perusahaan tidak dapat mempengaruhi hubungan antara CSR dan nilai perusahaan.

Kata kunci : Nilai Perusahaan, *Corporate Social Responsibility*, Profitabilitas, Kinerja Perusahaan.

Abstract

The mechanism to improve the company's image and increase the value of the company is by increasing the forms of accountability that the company does to its environment or better known as *Corporate Social Responsibility*. In addition, profitability is also still an important concern for companies, so it is necessary to test the effect of *Corporate Social Responsibility* on Firm Value with profitability as a moderating variable. This research aims to determine the effect of *Corporate Social Responsibility* on Firm Value through profitability as a moderating variable. This research was conducted at the Bursa Efek Indonesia (BEI), with the research object of manufacturing companies in the period 2015 - 2017. Determination of the sample in this study was carried out by purposive sampling technique, so that obtain a sample of 50 companies. The data analysis technique used is *Moderated Regression Analysis* (MRA). The test results show that *Corporate Social Responsibility* has a significant positive effect on firm value. This result shows that the higher level of disclosure

CSR made, then the higher of firm value. Profitability is not able to moderate the relations between Corporate Social Responsibility to firm value. Because many manufacturing companies are classified as economic companies, namely companies that have high profits but low budget for implementing CSR. So no matter how high the profitability can not affect the relations between CSR and firm value.

Keywords : Firm Value, Corporate Social Responsibility, Profitability, Company Performance.

1. PENDAHULUAN

Persaingan yang ketat antar perusahaan mendorong perusahaan untuk meningkatkan kinerja masing-masing perusahaan. Tujuan utama perusahaan meningkatkan kinerjanya adalah untuk memaksimalkan kemakmuran pemilik atau para pemegang saham melalui peningkatan nilai perusahaan. Menurut Susilowati (2016) nilai perusahaan merupakan gambaran suatu perusahaan dalam keadaan baik atau tidak. Salah satu indikator untuk menilai nilai perusahaan memiliki prospek yang baik atau tidak di masa mendatang, adalah dengan melihat kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Dikarenakan tuntutan persaingan dunia usaha tersebut, maka perusahaan semakin luas pula dalam memanfaatkan sumber-sumber alam dan masyarakat sosial. Usaha dalam meningkatkan nilai perusahaan terkadang dengan pemanfaatan sumber daya yang ada tidak dibarengi dengan menjaga keberlangsungan sumber-sumber yang ada. Untuk menunjang keberlangsungan perusahaan dimasa mendatang, maka perusahaan harus memperhatikan tanggung jawab perusahaan (*Corporate Social Responsibility*).

Corporate Social Responsibility merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan dalam memperbaiki kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan yang terjadi akibat aktivitas operasional perusahaan. Semakin banyak bentuk pertanggungjawaban yang dilakukan perusahaan terhadap lingkungannya, maka *image* perusahaan menjadi meningkat. Investor lebih berminat pada perusahaan yang memiliki citra yang baik di masyarakat karena semakin baiknya citra perusahaan, loyalitas konsumen semakin tinggi sehingga dalam waktu lama penjualan perusahaan akan membaik. Jika perusahaan berjalan lancar, maka nilai saham perusahaan akan meningkat.

Selanjutnya, profitabilitas digunakan sebagai variabel moderasi dalam penelitian ini karena profitabilitas merupakan salah satu alat ukur perusahaan untuk menentukan keefektifan kinerja perusahaan, alasan lain karena profitabilitas merupakan tingkat keuntungan bersih yang mampu diraih oleh perusahaan pada saat menjalankan operasinya (Yunita, 2011). Handoko (2010) menyatakan bahwa semakin besar profitabilitas suatu perusahaan, semakin besar pula tingkat keuntungan yang dicapai perusahaan tersebut dan semakin baik pula posisi perusahaan tersebut dalam penggunaan aset. Secara teoritis semakin tinggi tingkat profitabilitas yang dicapai perusahaan maka semakin kuat pula hubungan pengungkapan sosial perusahaan dengan nilai perusahaan.

Adapun tujuan penelitian ini sebagai berikut: (1) Untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan, (2) Untuk mengetahui apakah Profitabilitas mampu memoderasi hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dengan nilai perusahaan.

Teori *Stakeholder* artinya sebagai kumpulan kebijakan dan praktik yang berhubungan dengan *stakeholder*, nilai-nilai, pemenuhan ketentuan hukum, penghargaan

masyarakat dan lingkungan, serta komitmen dunia usaha untuk berkontribusi dalam pembangunan secara berkelanjutan. Dalam penelitian Bramono (2008) disebutkan bahwa titik tekan dari teori *stakeholder* ada pada pengambilan keputusan perusahaan yang mempertimbangkan kebutuhan dan kepentingan dari seluruh pihak yang terkait dengan aktivitas perusahaan. *Corporate social responsibility* merupakan strategi perusahaan untuk memenuhi keinginan para *stakeholder*, semakin baik pengungkapan *corporate social responsibility* yang dilakukan perusahaan maka para *stakeholder* juga akan semakin memberikan dukungan penuh kepada perusahaan atas segala aktivitasnya yang bertujuan untuk meningkatkan kinerja perusahaan dan mencapai laba.

Nilai perusahaan didefinisikan sebagai nilai pasar, karena nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran bagi pemegang saham secara maksimal apabila harga saham perusahaan meningkat. Nilai perusahaan dalam penelitian ini dihitung dengan *Price to Book Value* (PBV). PBV dapat dihitung dengan membandingkan harga pasar per saham dengan nilai buku per saham. Menurut Wijaya (2017), *Price to Book Value* (PBV) menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan. Semakin tinggi rasio ini, berarti pasar percaya akan prospek perusahaan tersebut. Secara sistematis PBV dihitung dengan rumus :

$$PBV = \frac{\text{Harga pasar per lembar saham}}{\text{Nilai buku saham}}$$

Menurut Ratih (2014), *Corporate Social Responsibility* merupakan komitmen perusahaan untuk bertanggungjawab kepada lingkungan dan masyarakat sekitar yang terkena dampak kurang baik atas praktek bisnis perusahaan berupa melimpahnya polutan yang harus ditanggung masyarakat sekitar. Dalam penelitian ini mengidentifikasi hal-hal yang berkaitan dengan pelaporan sosial perusahaan berdasarkan standar GRI (*Global Reporting Initiative*). Pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan terbagi ke dalam 6 indikator yang terbagi menjadi 79 kategori, yaitu: (1) Ekonomi, (2) Lingkungan, (3) Tenaga Kerja, (4) Hak Asasi Manusia, (5) Sosial, (6) Produk.

$$CSRI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

Keterangan:

CSRI_j : *CSR Disclosure Index* Perusahaan

n_j : jumlah item untuk perusahaan j, n_j ≤ 79

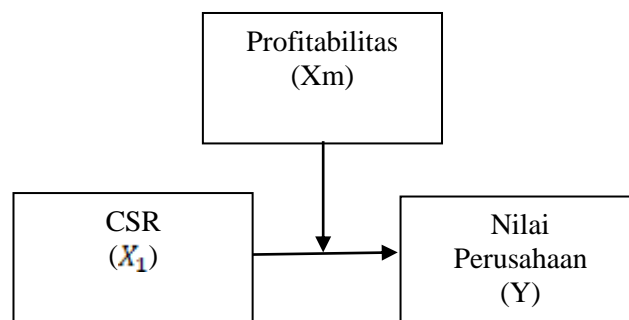
X_{ij} : *dummy Variabel*: 1 = jika item I diungkapkan, 0 = jika item I tidak diungkapkan.

Dengan demikian, 0 ≤ CSRI_j ≤ 1.

Profitabilitas merupakan salah satu pengukuran bagi kinerja suatu perusahaan, profitabilitas suatu perusahaan menunjukkan kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu pada tingkat penjualan, asset dan modal saham tertentu. Cara pengukuran rasio profitabilitas menurut Sartika (2015) yang dipakai dalam penelitian ini yaitu *Return on Equity* (ROE) menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dengan ekuitas atau modal yang dimiliki perusahaan.

$$ROE = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Ekuitas}}$$

2. METODE



Gambar 1. Model Penelitian

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung melalui perantara, seperti orang lain atau dokumen (Sugiyono, 2014). Data sekunder dalam penelitian ini adalah laporan tahunan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2017 yang diperoleh melalui website BEI, data sekunder tersebut berupa data kuantitatif. Data kuantitatif yaitu data yang berbentuk angka. Data Kuantitatif yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah laporan keuangan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2015-2017.

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan alasan lebih banyak perusahaan-perusahaan manufaktur yang mempunyai dampak/pengaruh terhadap lingkungan disekitarnya sebagai akibat dari aktivitas yang dilakukan perusahaan, dengan jumlah populasi sebanyak 144 perusahaan. Pemilihan sampel penelitian didasarkan pada metode *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2014) dengan kriteria sebagai berikut:

1. Perusahaan manufaktur yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia pada tahun 2015-2017.
2. Menyediakan laporan keuangan tahunan lengkap selama tahun 2015-2017.
3. Memiliki data yang lengkap terkait dengan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian.

Berdasarkan tahapan penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini, maka diperoleh sampel sejumlah 50 perusahaan, dengan 3 tahun periode pengamatan. Maka total sampel adalah sebanyak 150 perusahaan.

Metode pengumpulan data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah metode *nonparticipant observation*, yaitu teknik pengumpulan data dengan observasi atau pengamatan dimana peneliti tidak terlibat secara langsung dan hanya sebagai pengamat independen (Sugiyono, 2014).

Teknik analisis data yang digunakan adalah MRA (*Moderated Regression Analysis*), digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel independen yaitu CSR terhadap variabel dependen nilai perusahaan dengan variabel moderasi profitabilitas.

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_m + \beta_3 X_1 X_m + e$$

$$PBV = \alpha + \beta_1 CSR + \beta_2 ROE + \beta_3 CSR.ROE + e$$

Tujuan analisis regresi moderasi adalah untuk mengetahui apakah variabel moderasi akan memperkuat atau memperlemah hubungan antar variabel independen dan variabel dependen.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Hasil analisis dan pengujian hipotesis

Variabel	Koefisien Regresi	Standarized Beta	t	Signifikansi
Konstanta	- 0,127		- 1,906	0,059
CSR	1,451	0,171	2,010	0,046
ROE	0,013	0,567	3,408	0,001
CSR x ROE	0,006	0,017	0,096	0,923
F = 27,593				
Sig. F = 0,000				
R² = 0,352				

Berdasarkan hasil uji seperti pada Tabel 1 diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :

$$PBV = - 0,127 + 1,451(CSR) + 0,013(ROE) + 0,006(CSR)(ROE)$$

Dari hasil analisis regresi tersebut dapat diketahui bahwa nilai perusahaan periode 2015-2017 pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI sebesar - 0,127 apabila tidak ada pengungkapan CSR (CSR = 0), tidak ada perputaran laba terhadap modal/ekuitas (ROE = 0) dan tidak ada interaksi CSR dengan profitabilitas (CSR x ROE = 0).

Uji F digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model regresi mempunyai pengaruh secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel dependen. Berdasarkan Tabel 1 diatas menunjukkan nilai F hitung yaitu 27,953 dengan tingkat signifikansi 0,000, lebih kecil dari taraf nilai signifikansi yang ditetapkan sebesar 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen (CSR, profitabilitas, interaksi CSR dan profitabilitas) secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel dependen (nilai perusahaan).

Koefisien Determinasi (**R²**) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model menerangkan variasi variabel dependen. Pada penelitian ini digunakan nilai *Adjusted R²* untuk mengukur besarnya koefisien determinasi. Berdasarkan Tabel 1 terlihat bahwa nilai *Adjusted R²* sebesar 0,352 yang berarti 35,2% variabel CSR, profitabilitas dan variabel yang berinteraksi dalam penelitian ini yaitu CSR dengan profitabilitas mampu menjelaskan variasi variabel nilai perusahaan, sedangkan selebihnya yaitu sebesar 64,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji t digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen secara individual terhadap variabel dependen. Adapun kriteria pengambilan keputusan yaitu jika nilai signifikansi $\leq 0,05$ maka variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen, jika nilai signifikansi $\geq 0,05$ maka variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Adapun pembahasan dari hasil pengujian signifikansi masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat berdasarkan Tabel 1 adalah sebagai berikut :

1) Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap nilai perusahaan

Variabel CSR memiliki koefisien regresi sebesar 1,451 dan nilai t sebesar 2,010 dengan nilai signifikansi sebesar 0,046 yang nilai signifikansinya lebih kecil dari tingkat signifikansi yaitu 0,05. Hal ini berarti bahwa CSR berpengaruh positif signifikan terhadap

nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR yang dilakukan, maka nilai perusahaan akan semakin tinggi. Dengan adanya pengungkapan CSR, maka stakeholder akan memberikan apresiasi positif yang ditunjukkan dengan peningkatan harga saham perusahaan. Peningkatan ini akan menyebabkan nilai perusahaan meningkat. Hasil penelitian ini didukung dengan hasil penelitian yang telah dilakukan Handriyani (2013), Latupono (2015), Susilowati (2016), Dianawati dan Fuadati (2016) menyatakan bahwa CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan arah koefisien positif. Namun, hasil penelitian ini berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan Puspaningrum (2014) dan Ramona (2017) yang menyatakan CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

2) Pengaruh profitabilitas pada hubungan Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap nilai perusahaan

Variabel interaksi antara CSR dengan profitabilitas memiliki koefisien regresi sebesar 0,006 dan nilai t sebesar 0,096 dengan nilai signifikansi sebesar 0,923 yang nilai signifikansinya lebih besar dari tingkat signifikansi yaitu 0,05. Hal ini berarti bahwa profitabilitas tidak mampu memoderasi hubungan CSR terhadap nilai perusahaan atau dengan kata lain CSR tidak dapat meningkatkan nilai perusahaan pada saat profitabilitas tinggi, dan sebaliknya CSR juga tidak dapat menurunkan nilai perusahaan pada saat profitabilitas perusahaan rendah. Hal ini dikarenakan banyaknya perusahaan manufaktur yang tergolong perusahaan ekonomis, yaitu perusahaan yang memiliki keuntungan yang tinggi namun anggaran untuk pelaksanaan CSR rendah. Jadi sebesar apapun tingkat profitabilitas perusahaan tidak dapat mempengaruhi hubungan antara CSR dan nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini diperkuat dengan hasil penelitian yang telah dilakukan Handriyani (2013), Puspaningrum (2014), Saedah (2015), Ramona (2017) serta Suryati dkk. (2019) yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak mampu memoderasi hubungan antara CSR terhadap nilai perusahaan.

4. PENUTUP

Berdasarkan hasil analisis data penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya serta mengacu pada tujuan penelitian, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

- 1) *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR yang dilakukan, maka nilai perusahaan akan semakin tinggi. Dengan adanya pengungkapan CSR, maka stakeholder akan memberikan apresiasi positif yang ditunjukkan dengan peningkatan harga saham perusahaan. Peningkatan ini akan menyebabkan nilai perusahaan meningkat.
- 2) Profitabilitas tidak mampu memoderasi hubungan CSR terhadap nilai perusahaan. Hal ini mengindikasikan CSR tidak dapat meningkatkan nilai perusahaan pada saat profitabilitas perusahaan tinggi, dan sebaliknya CSR juga tidak dapat menurunkan nilai perusahaan pada saat profitabilitas perusahaan rendah, karena banyaknya perusahaan manufaktur yang tergolong perusahaan ekonomis, yaitu perusahaan yang memiliki keuntungan yang tinggi namun anggaran untuk pelaksanaan CSR rendah. Jadi sebesar apapun tingkat profitabilitas perusahaan tidak dapat mempengaruhi hubungan antara CSR dan nilai perusahaan.

Adapun beberapa saran yang dapat peneliti sampaikan berdasarkan analisis yang telah dilakukan adalah sebagai berikut :

- 1) Bagi perusahaan
 - a) Perusahaan diharapkan memberikan informasi secara rinci dan lengkap mengenai apa saja CSR yang dilaksanakan dengan mengikuti pedoman yang berlaku untuk memudahkan penelitian kedepannya dalam meneliti variabel CSR.
 - b) Perusahaan diharapkan dapat melaksanakan program CSR secara berkelanjutan dengan tidak hanya memfokuskan di satu tempat atau satu kegiatan saja melainkan juga dengan kegiatan yang lain dengan tempat yang berbeda pula.
- 2) Bagi penelitian selanjutnya
 - a) Penelitian ini hanya menggunakan variabel independen yaitu CSR dan profitabilitas sebagai variabel moderasi dan variabel dependen nilai perusahaan. Untuk penelitian selanjutnya agar dapat menggunakan variabel lain seperti Good Corporate Governance (GCG), Sustainability Report atau Kepemilikan Manajerial sebagai variabel independen serta mengganti atau menambah proksi profitabilitas, misalnya ROA (Return On Assets), dan ROI (Return On Investment).
 - b) Penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan variabel lain sebagai variabel moderasi hubungan CSR dan nilai perusahaan, misalnya : ukuran perusahaan, leverage, dan lain sebagainya.
 - c) Penelitian ini hanya menggunakan data tiga tahun yaitu 2015-2017. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperpanjang waktu pengamatan sehingga penelitian dapat digeneralisasi dan menggunakan data yang lebih spesifik, agar hasil penelitian lebih lengkap dan akurat.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Bursa Efek Indonesia (BEI). Laporan Keuangan dan Laporan Tahunan, diakses pada tanggal 28 Juli 2019 dari www.idx.co.id
- Bramono, Eduardus. 2008. *Tanggung Jawab Sosial dan Profitabilitas Perusahaan*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Dianawati, Cici Putri dan Fuadati. 2016. *Pengaruh CSR Dan GCG Terhadap Nilai Perusahaan: Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Vol.5 No. 1.
- Handoko, Hani. 2010. *Manajemen Personalial & Sumber Daya Manusia*. Edisi kedua, BPFE UGM Yogyakarta.
- Handriyani, Arik Novia. 2013. *Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating*. Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi Vol. 2 No.5.
- Latupono, Siti Sapia. 2015. *Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan : Good Corporate Governance Variabel Moderating*. Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi Vol. 4 No. 8. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
- Puspaningrum, Yustisia. 2014. *Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderating*. Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Ramona, Suci. 2017. *Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating*. Skripsi. Universitas Pasir Pengaraian Rokan Hulu

- Ratih, Suklimah dan Yulia Setyarini. 2014. *Pengaruh Good Corporate Governance (GCG) Dan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Pertambangan Yang Go Public Di BEI*. Jurnal Akuntansi Akrua 5 (2) : 115-132. Universitas Widya Kartika Surabaya
- Saedah, Zuhro. 2015. *Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating*. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Surakarta
- Sartika, Milda Unik, Nungky Viana Feranika dan Koko Denik Wahyudi. 2015. Rasio Aktivitas Yang Mempengaruhi Profitabilitas Perusahaan Pada Sektor Otomotif Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Majalah Ilmu "DIAN ILMU"* Vol. 15 No. 1. Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Pembangunan Jember
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D*. Bandung:Alfabeta.
- Suryati, Alfonsia Klofilda, Agus Wahyudi Salasa Gama dan Ni Putu Yeni Astiti. 2019. Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai variabel Moderasi (Studi Empiris pada Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2016). *Jurnal Forum Manajemen* Vol. 17 No. 2.
- Susilowati, Juliya. 2016. *Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Vol. 5.
- Wijaya, Mateus. 2017. *Pengaruh Penerapan Good Corporate Governance Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan* (Studi Empiris Pada Perusahaan BUMN Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia 2012-2014). JOM Foken Vol. 4 No.1. Universitas Riau Pekanbaru Indonesia.
- Yunita, Indah. 2011. *Analisis Pengaruh Profitabilitas, Kebijakan Hutang, Kebijakan Dividen, Size, Mekanisme Good Corporate Governance terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur periode 2005-2012*. Skripsi. Universitas Diponegoro.