

# Analisis Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas dan Leverage terhadap Nilai Perusahaan dengan Moderasi Corporate Social Responsibility

Liza Novietta\*, Ruswan Nurmadi, Yani Suryani, Desi Ika, Rizki Fillhayati Rambe

Fakultas Ekonomi, Program Studi Akuntansi, Universitas Harapan Medan, Medan, Indonesia

Email: <sup>1,\*</sup>[lizanovietta@gmail.com](mailto:lizanovietta@gmail.com), <sup>2</sup>[rnmuradi@gmail.com](mailto:rnmuradi@gmail.com), <sup>3</sup>[syani91@yahoo.co.id](mailto:syani91@yahoo.co.id), <sup>4</sup>[desiika082@gmail.com](mailto:desiika082@gmail.com),  
<sup>5</sup>[rb.fillhayati@gmail.com](mailto:rb.fillhayati@gmail.com)

Email Penulis Korespondensi: [lizanovietta@gmail.com](mailto:lizanovietta@gmail.com)

**Abstrak**—Semakin banyaknya penelitian tentang nilai perusahaan membuktikan bahwa nilai perusahaan merupakan hal yang sangat penting yang harus menjadi perhatian utama perusahaan. Perusahaan dengan nilai perusahaan yang baik, akan membantu perusahaan tersebut dalam pencapaian tujuan perusahaan. Perusahaan yang tergabung dalam industri manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia terdiri dari berbagai jenis perusahaan, yang kesemuanya tentu saja sangat mementingkan nilai perusahaannya, untuk mencapai tujuan perusahaan. Sektor manufaktur sendiri, di mana sebagian besar merupakan penghasil kebutuhan utama masyarakat, membuat geliat sektor manufaktur di Indonesia, termasuk stabil serta memiliki prospek pertumbuhan sangat baik ke depannya. Hasil dari penelitian ini menyatakan Profitabilitas (ROA) mempengaruhi Nilai Perusahaan (PBV) secara signifikan, Likuiditas (CR) mempengaruhi Nilai Perusahaan (PBV) secara tidak signifikan, *Leverage* (DER) mempengaruhi Nilai Perusahaan (PBV) secara tidak signifikan, *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat memoderasi pengaruh Profitabilitas (ROA) terhadap Nilai Perusahaan (PBV) secara signifikan, *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat memoderasi pengaruh Likuiditas (CR) terhadap Nilai Perusahaan (PBV) secara signifikan, *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak dapat memoderasi pengaruh *Leverage* (DER) terhadap Nilai Perusahaan (PBV) secara signifikan. Penelitian ini merekomendasikan agar ke depannya, penelitian yang relevan menggunakan objek penelitian yang berbeda dan variabel penelitian yang berbeda, yang diharapkan mampu mempengaruhi nilai perusahaan, untuk menambah literatur tentang pentingnya nilai perusahaan.

**Kata Kunci:** Profitabilitas; Likuiditas; Leverage; Nilai Perusahaan, Corporate Social Responsibility

**Abstract**—The increasing number of researchs on firm value proves that firm value is a very important thing that must be the main concern of the firm. Companies with good firm values will help the firm in achieving firm goals. Companies that are members of the manufacturing industry listed on the Indonesia Stock Exchange consist of various types of companies, all of which are of course very concerned with the value of the firm, to achieve firm goals. The manufacturing sector itself, where most of it is the main producer of the people's needs, makes the manufacturing sector in Indonesia stretch, including stable and has very good growth prospects going forward. The results of this research state that Profitability (ROA) significantly affects Firm Value (PBV), Liquidity (CR) does not significantly affect Firm Value (PBV), Leverage (DER) does not significantly affect Firm Value (PBV), Corporate Social Responsibility (CSR) can significantly moderate the effect of Profitability (ROA) on Firm Value (PBV), Corporate Social Responsibility (CSR) can significantly moderate the effect of Liquidity (CR) on Firm Value (PBV), Corporate Social Responsibility (CSR) cannot moderate significantly the effect of Leverage (DER) on Firm Value (PBV). This research recommends that in the future, relevant research uses different research objects and different research variables, which are expected to influence firm value, to add to the literature on the importance of firm value.

**Keywords:** Profitability; Liquidity; Leverage; Firm Value; Corporate Social Responsibility

## 1. PENDAHULUAN

Nilai perusahaan merupakan hal yang sangat penting dan harus menjadi perhatian utama perusahaan. Hal ini dikarenakan nilai perusahaan merupakan salah satu faktor utama investor dalam memilih perusahaan untuk menanamkan modalnya. Nilai perusahaan yang baik akan meyakinkan investor bahwa di kemudian hari, perusahaan tersebut akan mampu mencapai tujuan utamanya, yaitu memperoleh keuntungan yang dapat mensejahterakan pemilikinya, termasuk investor yang telah menanamkan modal di dalam perusahaan tersebut.

Pengertian lain dikemukakan oleh (Sartono, 2015), yang menyatakan bahwa nilai perusahaan juga memperlihatkan harga jual suatu perusahaan yang masih aktif dalam operasinya. Sementara menurut (Harmono, 2015), nilai perusahaan adalah kinerja perusahaan yang tercermin dari harga saham yang dibentuk oleh permintaan dan penawaran pasar modal. Hal ini juga mencerminkan penilaian publik terhadap keberhasilan perusahaan.

Harga saham dapat menggambarkan nilai perusahaan, karena merupakan perspektif investor terhadap perusahaan apakah perusahaan tersebut dianggap berhasil mencapai tujuannya atau tidak. Harga saham perusahaan merupakan indikator yang tepat untuk menggambarkan nilai perusahaan. Suatu perusahaan dengan nilai perusahaan yang baik akan terlihat dari harga sahamnya, yang akan menarik investor. Pentingnya nilai perusahaan akan menentukan bagaimana perkembangan perusahaan pada saat ini dan di masa depan.

Ukuran nilai perusahaan adalah *Price Book Value*/PBV (Keown et al., 2014), yang merupakan perbandingan antara harga pasar saham dengan nilai buku saham. Semakin tinggi nilai PBV suatu perusahaan, semakin tinggi pula pandangan investor terhadap nilai perusahaan tersebut.

Pentingnya nilai perusahaan juga tergambar dari banyaknya penelitian terdahulu yang relevan. Dari penelitian terdahulu, salah satu faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah profitabilitas. Profitabilitas menjadi salah satu tolak ukur untuk melihat kinerja suatu perusahaan, karena profitabilitas suatu perusahaan menunjukkan kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba selama jangka waktu tertentu (Julita et al., 2014). Menurut (Brigham & Houston, 2018), profitabilitas merupakan hasil bersih yang diterima perusahaan dari rangkaian kebijakan

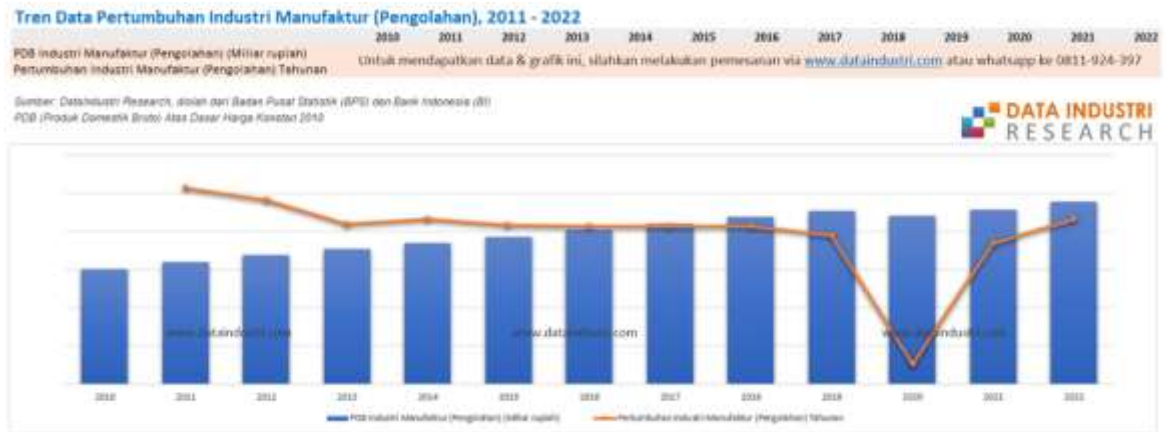
dan keputusan perusahaan dalam pencapaian tujuan. Semakin tinggi profitabilitas perusahaan, maka perusahaan akan semakin menarik perhatian investor untuk menanamkan modalnya. Bertambahnya nilai investasi dari para investor, tentu saja akan meningkatkan nilai perusahaan yang bersangkutan yang tergambar dari harga saham perusahaan. Hasil penelitian (Maulinda & Hermi, 2022), (Nurmadi & Novietta, 2022), (Tumanan & Dyah Ratnawati, 2021), (Jihadi et al., 2021), (Raningsih & Artini, 2018), menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian yang berbeda dikemukakan (Wulandari & Wiksuana, 2017) yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Kemudian, faktor selanjutnya yang mempengaruhi nilai perusahaan dari penelitian terdahulu yang relevan adalah likuiditas perusahaan. Menurut (Van Horne & Wachowicz Jr, 2012), likuiditas adalah kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Selain tingkat laba yang baik, tentunya investor juga berharap perusahaan mampu memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Perusahaan dengan tingkat likuiditas yang baik, akan mampu beroperasi dengan baik pula. Perusahaan dengan tingkat likuiditas tidak baik, akan terganggu pencapaian tujuannya karena keuntungan yang akan diperoleh hanya dapat digunakan untuk menutupi kewajiban, bukan untuk kesejahteraan pemilik perusahaan, termasuk investor. Maka, likuiditas memiliki pengaruh terhadap terciptanya nilai perusahaan yang baik. Hasil penelitian (Maulinda & Hermi, 2022), (Nurmadi & Novietta, 2022), (Tumanan & Dyah Ratnawati, 2021), (Dewi et al., 2021), (Jihadi et al., 2021), menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian yang berbeda dikemukakan (Mangantar & Ali, 2015) yang menyatakan bahwa likuiditas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Faktor lainnya adalah *leverage*. *Leverage* adalah memperlihatkan sejauh mana aktivitas perusahaan dibiayai dengan utang (Kasmir, 2018). Menurut (Fahmi, 2018), penggunaan utang yang terlalu tinggi akan membahayakan perusahaan karena perusahaan akan masuk dalam kategori *extreme leverage* (utang ekstrim), yaitu perusahaan terjebak dalam tingkat utang yang tinggi dan sulit untuk melepaskan beban utang tersebut. Perusahaan dengan *leverage* tinggi tentu saja akan mempengaruhi nilai perusahaan karena akan mempengaruhi keputusan investor dalam berinvestasi. Maka, tingkat *leverage* perusahaan berkaitan erat dengan nilai perusahaan. Hasil penelitian (Tumanan & Dyah Ratnawati, 2021), (Jihadi et al., 2021), (Wulandari & Wiksuana, 2017), menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian yang berbeda dikemukakan (Mipo, 2022), (Maulinda & Hermi, 2022), yang menyatakan bahwa *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Dalam penelitian ini, variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) digunakan untuk melihat apakah hasil moderasi dapat memperkuat pengaruh profitabilitas, likuiditas dan *leverage* terhadap nilai perusahaan. CSR merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungannya, berupa kepedulian sosial maupun tanggung jawab lingkungan, sesuai dengan kemampuan perusahaan. Pelaksanaan CSR sendiri nantinya akan berdampak pada keberlangsungan perusahaan. Sebuah perusahaan dalam membuat keputusan selain berdasarkan pada faktor keuangan, seperti keuntungan, namun juga pada konsekuensi sosial di lingkungannya untuk saat ini maupun jangka panjang. Salah satu aturan mengenai CSR di Indonesia adalah Undang-Undang (UU) Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (PT). Undang-undang ini menyebut CSR sebagai tanggung jawab sosial dan lingkungan. Perusahaan yang melaksanakan CSR, akan berdampak pada cara pandang masyarakat terhadap perusahaan tersebut. Citra positif tersebut akan meningkatkan nilai perusahaan, seiring bertambahnya investasi yang diperoleh dari investor. Perusahaan dapat mengembangkan lini produk lainnya dengan memanfaatkan citra positif yang telah terbentuk terhadap produk lamanya. CSR diharapkan mampu memperkuat pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan seperti hasil penelitian (Maulinda & Hermi, 2022), (Chumaidah & Priyadi, 2018), (Jihadi et al., 2021), (Raningsih & Artini, 2018), (Wulandari & Wiksuana, 2017), walaupun hasil penelitian berbeda dikemukakan (Lestari et al., 2022), (Mipo, 2022), (Tumanan & Dyah Ratnawati, 2021), yang menyatakan bahwa CSR tidak mampu memperkuat pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. CSR diharapkan mampu memperkuat pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan seperti hasil penelitian (Maulinda & Hermi, 2022), (Jihadi et al., 2021), walaupun hasil penelitian berbeda dikemukakan (Tumanan & Dyah Ratnawati, 2021), yang menyatakan bahwa CSR tidak mampu memperkuat pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan. CSR diharapkan mampu memperkuat pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan seperti hasil penelitian (Mipo, 2022), (Jihadi et al., 2021), (Wulandari & Wiksuana, 2017), walaupun hasil penelitian berbeda dikemukakan (Lestari et al., 2022), (Maulinda & Hermi, 2022), (Tumanan & Dyah Ratnawati, 2021), yang menyatakan bahwa CSR tidak mampu memperkuat pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan.

Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020 merupakan objek dalam penelitian ini. Menurut data Kementerian Perindustrian Republik Indonesia (Kemenperin), kontribusi sektor industri manufaktur terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) menunjukkan peningkatan dari tahun ke tahun. Sejak 2010, sektor industri terus memberikan kontribusi terbesar pada PDB nasional, bahkan di kala puncak pandemi covid-19 terjadi pada tahun 2020-2021 ([www.kemenperin.go.id](http://www.kemenperin.go.id), 2022). Perkembangan perusahaan manufaktur di Indonesia dapat dilihat pada Gambar 1 di bawah ([www.dataindustri.com](http://www.dataindustri.com)). Dapat dilihat, walaupun pertumbuhan sektor manufaktur terlihat menurun untuk tahun 2020 karena pandemi covid-19 dengan adanya kebijakan pembatasan aktivitas untuk mencegah penyebaran covid 19, tetapi PDB tetap stabil. Banyaknya jenis perusahaan yang termasuk di dalam sektor manufaktur, di mana sebagian besar merupakan penghasil kebutuhan utama masyarakat, membuat geliat sektor manufaktur di Indonesia, termasuk stabil serta memiliki prospek pertumbuhan sangat baik ke depannya.



Gambar 1. Trend Data Pertumbuhan Industri Manufaktur (Pengolahan) 2011-2022

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan sebelumnya, dapat dilihat bahwa suatu perusahaan sangat penting dalam menciptakan nilai perusahaan yang baik, maka tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh profitabilitas, likuiditas, dan *leverage* terhadap nilai perusahaan dengan *corporate social responsibility* sebagai pemoderasi.

## 2. METODE PENELITIAN

### 2.1 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan kondisi tertentu yang dicapai oleh suatu perusahaan yang merupakan perspektif kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah perusahaan tersebut melalui suatu proses kegiatan operasionalnya sehingga tergambar capaian tujuan perusahaan (Warren et al., 2012). Tujuan perusahaan tentunya adalah memperoleh keuntungan maksimal dan mensejahterakan pemilik perusahaan, dalam hal ini, termasuk investor. Semakin tinggi nilai perusahaan yang diikuti dengan peningkatan harga saham oleh investor, merupakan harapan bagi pemilik perusahaan, karena apabila nilai perusahaan semakin tinggi, maka akan meningkatkan kesejahteraan pemegang saham. *Price to Book Value* (PBV) yang merupakan perbandingan harga saham dengan nilai buku, merupakan indikator untuk melihat nilai perusahaan (Kasmir, 2018).

### 2.2 Profitabilitas

Tujuan perusahaan adalah mencapai profit atau keuntungan dan mensejahterakan para pemegang saham/pemilik perusahaan. Apabila profit semakin meningkat, maka semakin meningkat pula kesejahteraan para pemegang saham/pemilik perusahaan. Menurut (Harahap, 2015), profitabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan mendapatkan laba melalui seluruh sumber daya yang terdapat dalam perusahaan. *Return on Asset* (ROA) yang merupakan perbandingan laba bersih dengan total aset, merupakan salah satu indikator untuk menilai profitabilitas (Kasmir, 2018).

### 2.3 Likuiditas

Menurut (Van Horne & Wachowicz Jr, 2012), likuiditas menggambarkan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Likuiditas juga digunakan untuk menunjukkan posisi keuangan atau kekayaan suatu perusahaan. Semakin tinggi nilai likuiditas, akan semakin mendukung perusahaan untuk mencapai tujuan, karena utang yang dimiliki perusahaan tidak akan mengganggu operasional perusahaan secara keseluruhan, karena kemampuan perusahaan untuk menyelesaikannya. Hal ini tentu saja akan mempengaruhi nilai dari suatu perusahaan. *Current Ratio* (CR) yang merupakan perbandingan aset lancar dengan kewajiban lancar, merupakan salah satu indikator untuk menilai likuiditas (Kasmir, 2018).

### 2.3 Leverage

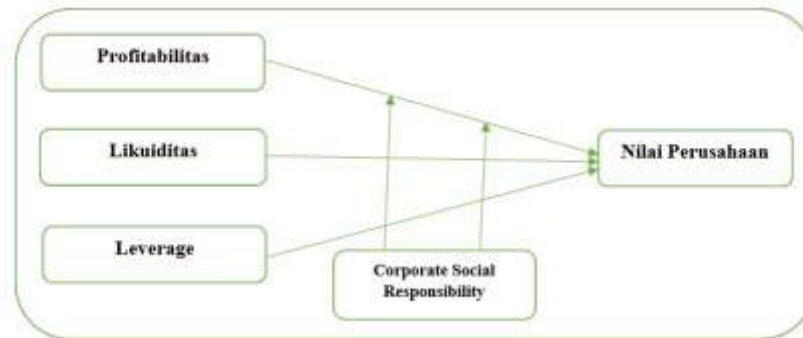
Apabila dalam menjalankan operasional perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan, suatu perusahaan menilai pendanaan dari dalam/internal tidak cukup atau kurang, maka perusahaan akan mencari pendanaan dari luar. Pendanaan dari luar, biasanya berupa utang. (Sartono, 2015) menyatakan bahwa *leverage* adalah penggunaan aset/*assets* dan sumber dana (*sources of funds*) oleh perusahaan yang memiliki biaya tetap (beban tetap) dengan maksud agar meningkatkan keuntungan potensial pemegang saham. Dalam penggunaan *leverage* yang optimal, perusahaan harus berhati-hati, karena penggunaan *leverage* yang terlalu besar, akan membuat perusahaan ke depannya akan kesulitan untuk menyelesaikan kewajibannya tersebut. *Debt to Equity Ratio* (DER) yang merupakan perbandingan utang dengan ekuitas, merupakan salah satu indikator untuk menilai *leverage* (Kasmir, 2018).

## 2.4 Corporate Social Responsibility

*Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan aktivitas bisnis perusahaan dalam melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan kepada pemangku kepentingan dan masyarakat. CSR menjadi bentuk perhatian perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan dan memberi dampak positif bagi lingkungan. Salah satu aturan mengenai CSR di Indonesia adalah Undang-Undang (UU) Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (PT). Untuk mengukur CSR, digunakan indikator pengungkapan CSR dari *Global Reporting Initiative/GRI* ([www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org)), yang berjumlah 91 indikator. Nilai CSR perusahaan merupakan perbandingan jumlah pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan dengan jumlah indikator GRI.

## 2.5 Kerangka Konseptual Penelitian

Berikut gambar 2 merupakan kerangka konseptual penelitian.



**Gambar 2.** Kerangka Konseptual

Pada gambar 2 kerangka konseptual di atas dapat dilihat bahwa penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan, pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan, pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan, *corporate social responsibility* sebagai variabel pemoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan, *corporate social responsibility* sebagai variabel pemoderasi pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan, dan *corporate social responsibility* sebagai variabel pemoderasi pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan.

## 2.6 Hipotesis Penelitian

Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H1: Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan

H2: Likuiditas berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan

H3: *Leverage* berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan

H4: *Corporate Social Responsibility* mampu memperkuat pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan secara signifikan

H5: *Corporate Social Responsibility* mampu memperkuat pengaruh Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan secara signifikan

H6: *Corporate Social Responsibility* mampu memperkuat pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan secara signifikan

## 2.7 Populasi dan Sampel

Populasi penelitian adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020 yang berjumlah 181 perusahaan ([www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)). Sampel penelitian ditentukan berdasarkan *purposive sampling*, yaitu pemilihan sampel berdasarkan kriteria tertentu (Ghozali, 2018). Adapun kriteria perusahaan manufaktur yang dijadikan sampel adalah seperti berikut:

- 1) Perusahaan merupakan perusahaan yang termasuk ke dalam jenis manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2016-2020.
- 2) Perusahaan manufaktur yang telah menerbitkan dan mempublikasikan laporan keuangan tepat waktu selama periode 2016-2020.
- 3) Perusahaan manufaktur yang memperoleh laba selama periode 2016-2020.

Jumlah sampel yang memenuhi kriteria di atas berjumlah 31 perusahaan, selama 5 tahun penelitian, sehingga sampel berjumlah 155.

## 2.8 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, untuk analisis data digunakan *Moderated Regression Analysis* (MRA). MRA atau uji interaksi merupakan aplikasi khusus regresi linear berganda di mana dalam persamaan regresinya mengandung unsur interaksi

(perkalian dua atau lebih variabel independen) (Ghozali, 2018). Ada beberapa tahap pengujian yang dilakukan dalam penelitian ini :

- 1) Uji Determinan Regresi Model 1, untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen sebelum moderasi.
- 2) Uji F (F-Test) Regresi Model 1, untuk melihat *Goodness of Fit* model/ketepatan model untuk Regresi Model 1.
- 3) Uji t (t-Test) Regresi model 1, untuk melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen sebelum moderasi.
- 4) Uji Determinan Regresi Model 2, untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen setelah moderasi.
- 5) Uji F (F-Test) Regresi Model 2, untuk melihat *Goodness of Fit* model/ketepatan model untuk Regresi Model 2.
- 6) Uji t (t-Test) Regresi model 2, untuk melihat pengaruh variabel moderasi.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebelum olah data, telah dilakukan uji asumsi klasik terhadap data awal agar bias data dapat dihindari (Ghozali, 2018).

#### 3.1 Regresi Model 1

Pada regresi model 1, hasil regresi memperlihatkan hasil sebagai berikut :

##### Uji Determinan Regresi Model 1:

**Tabel 1.** Uji Determinan Regresi Model 1

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,593 <sup>a</sup>	,352	,339	1,02487

a. Predictors: (Constant), Leverage, Profitabilitas, Likuiditas

Nilai *Adjusted R Square* pada Tabel 1 sebesar 0,339, berarti kemampuan variabel Profitabilitas (ROA), Likuiditas (CR) dan *Leverage* (DER) dalam menjelaskan variabel Nilai Perusahaan sebesar 0,339 atau 33,9%.

##### F-Test/Goodness of Fit Model Test Model 1:

**Tabel 2.** Hasil Uji *Goodness of Fit* Regresi Model 1

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	86,232	3	28,744	27,366	,000 <sup>b</sup>
	Residual	158,604	151	1,050		
	Total	244,836	154			

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan  
b. Predictors: (Constant), Leverage, Profitabilitas, Likuiditas

*F-Test* digunakan untuk melihat *goodness of fit model* yang memperlihatkan ketepatan model penelitian yang digunakan. Nilai signifikan pada Tabel 2 sebesar  $0,000 < 0,05$ , menunjukkan bahwa model penelitian pada model 1 yang digunakan sudah tepat.

##### t-Test Model 1:

**Tabel 3.** Hasil Uji *t-Test* Model 1

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,901	,224		4,026	,000
	Profitabilitas	,143	,017	,628	8,277	,000
	Likuiditas	-,077	,051	-,122	-1,506	,134
	Leverage	-,083	,137	-,046	-,605	,546

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Uji *t-Test* pada penelitian ini digunakan untuk melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Pada Tabel 3 dapat dilihat bahwa :

1. Dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ , Profitabilitas (ROA) mempengaruhi Nilai Perusahaan (PBV) secara signifikan.
2. Dengan nilai signifikan  $0,134 > 0,05$ , Likuiditas (CR) mempengaruhi Nilai Perusahaan (PBV) secara tidak signifikan.
3. Dengan nilai signifikan  $0,546 > 0,05$ , *Leverage* (DER) mempengaruhi Nilai Perusahaan (PBV) secara tidak signifikan.

### 3.2 Regresi Model 2

Pada regresi model 2, hasil regresi memperlihatkan hasil sebagai berikut :

#### Uji Determinan Regresi Model 2:

**Tabel 4.** Uji Determinan Regresi Model 2

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,634 <sup>a</sup>	,402	,378	,99474

a. Predictors: (Constant), DER\*CSR, ROA\*CSR, Likuiditas, Leverage, Profitabilitas, CR\*CSR

Nilai *Adjusted R Square* pada Tabel 4 sebesar 0,378, berarti kemampuan variabel Profitabilitas (ROA), Likuiditas (CR) dan *Leverage* (DER) dalam menjelaskan variabel Nilai Perusahaan dengan variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel moderasi, sebesar 0,378 atau 37,8%.

Nilai determinasi pada regresi 2, yaitu 0,378, lebih besar daripada nilai determinasi pada regresi 1 sebesar 0,339. Hal ini memperlihatkan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel moderasi mampu memperkuat pengaruh variabel Profitabilitas (ROA), Likuiditas (CR) dan *Leverage* (DER) dalam menjelaskan variabel Nilai Perusahaan.

#### F-Test/Goodness of Fit Model Test:

**Tabel 5.** Hasil Uji *Goodness of Fit* Regresi Model 2

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	98,388	6	16,398	16,572	,000 <sup>b</sup>
	Residual	146,447	148	,990		
	Total	244,836	154			

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan  
b. Predictors: (Constant), DER\*CSR, ROA\*CSR, Likuiditas, Leverage, Profitabilitas, CR\*CSR

*F-Test* digunakan untuk melihat *goodness of fit model* yang memperlihatkan ketepatan model penelitian yang digunakan. Nilai signifikan pada Tabel 5 sebesar  $0,000 < 0,05$ , menunjukkan bahwa model penelitian pada Model 2 yang digunakan sudah tepat.

#### t-Test Model 2:

**Tabel 6.** *Moderated Regression Analysis* (MRA)

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,980	,251		3,899	,000
	Profitabilitas	,233	,040	1,028	5,825	,000
	Likuiditas	-,445	,118	-,710	-3,759	,000
	Leverage	-,006	,220	-,004	-,029	,977
	ROA*CSR	-,339	,132	-,525	-2,563	,011
	CR*CSR	1,274	,365	,718	3,496	,001
	DER*CSR	-,387	1,214	-,042	-,319	,751

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Uji *Moderated Regression Analysis* (MRA) pada Tabel 6 dapat dilihat bahwa :

1. Dengan nilai signifikan  $0,011 < 0,05$ , *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat memoderasi pengaruh Profitabilitas (ROA) terhadap Nilai Perusahaan (PBV) secara signifikan.

2. Dengan nilai signifikan  $0,001 < 0,05$ , *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat memoderasi pengaruh Likuiditas (CR) terhadap Nilai Perusahaan (PBV) secara signifikan.
3. Dengan nilai signifikan  $0,751 > 0,05$ , *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak dapat memoderasi pengaruh *Leverage* (DER) terhadap Nilai Perusahaan (PBV) secara signifikan.

**Hipotesis 1: Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan**

Dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ , Profitabilitas (ROA) mempengaruhi Nilai Perusahaan (PBV) secara signifikan. Dengan demikian, Hipotesis 1 dalam penelitian ini diterima. Investor memiliki minat yang tinggi untuk berinvestasi di dalam perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas tinggi, dengan harapan, semakin tinggi pula nantinya pembagian keuntungan yang akan diterima investor. Investor juga berharap, dengan berinvestasi di dalam perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas tinggi, perusahaan akan mampu meningkatkan tingkat profitabilitasnya di masa yang akan datang. Oleh karena itu, perusahaan dengan tingkat profitabilitas tinggi meningkatkan nilai perusahaan tersebut, yang tercermin dari harga saham perusahaan. Perusahaan dengan tingkat profitabilitas tinggi akan meningkatkan minat investor dan calon investor untuk berinvestasi. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian (Maulinda & Hermi, 2022), (Nurmadi & Novietta, 2022), (Tumanan & Dyah Ratnawati, 2021), (Jihadi et al., 2021), (Raningsih & Artini, 2018), yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian yang berbeda dikemukakan (Wulandari & Wiksuana, 2017) yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Perbedaan hasil-hasil penelitian dimungkinkan karena adanya perbedaan objek penelitian, yaitu variabel-variabel yang mempengaruhi nilai perusahaan, jenis industri dan tahun amatan penelitian.

**Hipotesis 2: Likuiditas berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan**

Dengan nilai signifikan  $0,134 > 0,05$ , Likuiditas (CR) mempengaruhi Nilai Perusahaan (PBV) secara tidak signifikan. Dengan demikian, Hipotesis 2 dalam penelitian ini ditolak. Walaupun sebenarnya perusahaan yang memiliki tingkat likuiditas yang baik tentunya akan meningkatkan nilai perusahaan, akan tetapi di sisi lain, investor sering kali lebih memperhatikan hal lain yang dianggap pasti dalam meyakinkan diri investor untuk berinvestasi dibanding tingkat likuiditas, misalnya tingkat profitabilitas. Perusahaan yang dapat memperoleh target keuntungan yang diinginkan, dianggap dapat pula menyelesaikan kewajiban jangka pendeknya. Hal ini membuat, terutama dalam industri dengan banyak jenis perusahaan yang berbeda seperti perusahaan manufaktur, likuiditas dianggap bukan merupakan faktor utama yang dapat meningkatkan nilai perusahaan. Jadi, walaupun likuiditas mempengaruhi nilai perusahaan, tetapi pengaruhnya tidak signifikan. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian (Mangantar & Ali, 2015) yang menyatakan bahwa likuiditas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian yang berbeda dikemukakan (Maulinda & Hermi, 2022), (Nurmadi & Novietta, 2022), (Tumanan & Dyah Ratnawati, 2021), (Dewi et al., 2021), (Jihadi et al., 2021), yang menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Perbedaan hasil-hasil penelitian dimungkinkan karena adanya perbedaan objek penelitian, yaitu variabel-variabel yang mempengaruhi nilai perusahaan, jenis industri dan tahun amatan penelitian.

**Hipotesis 3: Leverage berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan**

Dengan nilai signifikan  $0,546 > 0,05$ , *Leverage* (DER) mempengaruhi Nilai Perusahaan (PBV) secara tidak signifikan. Dengan demikian, Hipotesis 3 dalam penelitian ini ditolak. Perusahaan dengan *leverage* dalam bentuk utang yang tinggi tentu saja akan mengkhawatirkan pemilik perusahaan, termasuk di dalamnya adalah investor. Kekhawatiran suatu perusahaan dengan tingkat *leverage* tinggi dan kemudian nantinya akan gagal dalam melunasi kewajibannya, tentu akan mempengaruhi nilai perusahaan. Akan tetapi, apabila perusahaan dapat meyakinkan pemilik perusahaan, terutama investor, bahwa perusahaan bertanggung jawab akan penggunaan utangnya untuk meningkatkan operasional perusahaan agar tingkat keuntungan yang akan dicapai semakin besar, misalnya, tentu saja pemilik perusahaan dan investor tidak akan memandang negatif akan tingkat *leverage* perusahaan yang bersangkutan. *Leverage* akan dipandang positif atau negatif bergantung pada penggunaan *leverage* itu sendiri oleh perusahaan. Jadi, walaupun *leverage* mempengaruhi nilai perusahaan, tetapi pengaruhnya tidak signifikan. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian (Mipo, 2022), (Maulinda & Hermi, 2022), yang menyatakan bahwa *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian yang berbeda dikemukakan (Tumanan & Dyah Ratnawati, 2021), (Jihadi et al., 2021), (Wulandari & Wiksuana, 2017), yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Perbedaan hasil penelitian dimungkinkan karena adanya perbedaan objek penelitian, yaitu variabel-variabel yang mempengaruhi nilai perusahaan, jenis industri dan tahun amatan penelitian.

**Hipotesis 4: Corporate Social Responsibility mampu memperkuat pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan secara signifikan**

Dengan nilai signifikan  $0,011 < 0,05$ , *Corporate Social Responsibility* (CSR) mampu memperkuat pengaruh Profitabilitas Perusahaan (ROA) terhadap Nilai Perusahaan (PBV) secara signifikan. Dengan demikian, Hipotesis 4 dalam penelitian ini, diterima. CSR sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan, dapat meningkatkan citra perusahaan di mata publik. Hal positif yang diperoleh salah satunya adalah akan meningkatkan kemungkinan bertambahnya investor yang akan melakukan investasi. Dengan bertambahnya modal perusahaan melalui investasi yang dilakukan investor, akan membantu perusahaan dalam meningkatkan operasional perusahaan untuk mencapai profit maksimal, yang nantinya tentu saja akan meningkatkan nilai perusahaan pula. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian (Maulinda & Hermi, 2022), (Chumaidah & Priyadi, 2018), (Jihadi et al.,

2021), (Raningsih & Artini, 2018), (Wulandari & Wiksuana, 2017), yang menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* mampu memperkuat pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan secara signifikan. Hasil penelitian yang berbeda dikemukakan (Lestari et al., 2022), (Mipo, 2022), (Tumanan & Dyah Ratnawati, 2021), yang menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak mampu memperkuat pengaruh profitabilitas secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Perbedaan hasil penelitian dimungkinkan karena adanya perbedaan objek penelitian, yaitu variabel-variabel yang mempengaruhi nilai perusahaan, jenis industri dan tahun amatan penelitian.

#### **Hipotesis 5: *Corporate Social Responsibility* mampu memperkuat pengaruh Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan secara signifikan**

Dengan nilai signifikan  $0,001 < 0,05$ , *Corporate Social Responsibility* (CSR) mampu memperkuat pengaruh Likuiditas Perusahaan (ROA) terhadap Nilai Perusahaan (PBV) secara signifikan. Dengan demikian, Hipotesis 5 dalam penelitian ini, diterima. Likuiditas yang merupakan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya, memperlihatkan seperti apa posisi keuangan atau kekayaan suatu perusahaan. Apabila nilai likuiditas semakin tinggi, maka perusahaan tidak akan khawatir akan gagal dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya dan tidak akan khawatir operasional perusahaan akan terganggu karena adanya utang jangka pendek. Hal ini tentu saja akan mempengaruhi nilai perusahaan. CSR yang memperlihatkan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan, akan mendorong pencapaian peningkatan nilai perusahaan dari sisi tingkat likuiditas perusahaan. Kemampuan perusahaan untuk menyelesaikan kewajiban dan CSR yang dilakukan perusahaan, akan mempertinggi nilai perusahaan yang bersangkutan. Perusahaan akan terlihat baik di mata investor dan calon investor, yang akan mempengaruhi harga saham perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian (Maulinda & Hermi, 2022), (Jihadi et al., 2021), yang menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* mampu memperkuat pengaruh Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan secara signifikan. Hasil penelitian yang berbeda dikemukakan (Tumanan & Dyah Ratnawati, 2021), yang menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak mampu memperkuat pengaruh likuiditas secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Perbedaan hasil penelitian dimungkinkan karena adanya perbedaan objek penelitian, yaitu variabel-variabel yang mempengaruhi nilai perusahaan, jenis industri dan tahun amatan penelitian.

#### **Hipotesis 6: *Corporate Social Responsibility* mampu memperkuat pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan secara signifikan**

Dengan nilai signifikan  $0,751 > 0,05$ , *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak mampu memperkuat pengaruh Likuiditas Perusahaan (ROA) terhadap Nilai Perusahaan (PBV) secara signifikan. Dengan demikian, Hipotesis 6 dalam penelitian ini, ditolak. Pendanaan dari luar, biasanya berupa utang, yang dilakukan perusahaan untuk menambah modal sendiri yang telah dimiliki perusahaan, sering kali dianggap menjadi faktor yang mengganggu nilai perusahaan di mata investor dan calon investor. Padahal, belum tentu *leverage* perusahaan merupakan hal negatif, sebaliknya, seringkali hal tersebut merupakan hal positif, di mana dana tambahan dari *leverage* dapat digunakan perusahaan untuk operasional, ekspansi atau hal lainnya yang akan membantu perusahaan dalam pencapaian tujuan, yaitu memaksimalkan keuntungan. Akan tetapi, banyak calon investor memang lebih memilih menanamkan modal pada perusahaan dengan risiko yang lebih rendah, termasuk pertimbangan akan tingkat *leverage* perusahaan. CSR, yang mencerminkan tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan, kadang kala tidak mampu membantu meningkatkan nilai perusahaan yang memiliki tingkat *leverage* yang terlalu tinggi. Maka, walaupun CSR dapat memperkuat pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan, tetapi pengaruhnya tidak signifikan. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian (Lestari et al., 2022), (Maulinda & Hermi, 2022), (Tumanan & Dyah Ratnawati, 2021), yang menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak mampu memperkuat pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian yang berbeda dikemukakan (Mipo, 2022), (Jihadi et al., 2021), (Wulandari & Wiksuana, 2017), yang menyatakan *Corporate Social Responsibility* mampu memperkuat pengaruh *leverage* secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Perbedaan hasil penelitian dimungkinkan karena adanya perbedaan objek penelitian, yaitu variabel-variabel yang mempengaruhi nilai perusahaan, jenis industri dan tahun amatan penelitian.

## **4. KESIMPULAN**

Semakin banyaknya penelitian tentang nilai perusahaan membuktikan bahwa nilai perusahaan merupakan hal yang sangat penting yang harus menjadi perhatian utama perusahaan. Perusahaan dengan nilai perusahaan yang baik, akan membantu perusahaan tersebut dalam pencapaian tujuan perusahaan. Hasil dari penelitian ini menyatakan Profitabilitas (ROA) mempengaruhi Nilai Perusahaan (PBV) secara signifikan, Likuiditas (CR) mempengaruhi Nilai Perusahaan (PBV) secara tidak signifikan, *Leverage* (DER) mempengaruhi Nilai Perusahaan (PBV) secara tidak signifikan, *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat memoderasi pengaruh Profitabilitas (ROA) terhadap Nilai Perusahaan (PBV) secara signifikan, *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat memoderasi pengaruh Likuiditas (CR) terhadap Nilai Perusahaan (PBV) secara signifikan, *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak dapat memoderasi pengaruh *Leverage* (DER) terhadap Nilai Perusahaan (PBV) secara signifikan. Penelitian ini memiliki keterbatasan, di mana objek penelitian adalah perusahaan manufaktur, di mana jenis perusahaan yang termasuk di dalam kategori manufaktur, sangat beragam jenisnya, sehingga hasil penelitian tidak dapat digeneralisir untuk jenis perusahaan tertentu, tetapi hanya untuk perusahaan di dalam industri manufaktur secara umum. Penelitian ini

merekomendasikan agar ke depannya, penelitian yang relevan menggunakan objek penelitian yang berbeda dan variabel penelitian yang berbeda, yang diharapkan mampu mempengaruhi nilai perusahaan, untuk menambah literatur tentang pentingnya nilai perusahaan.

## REFERENCES

- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2018). Dasar-Dasar Manajemen Keuangan Edisi 11 Buku 1. In *Salemba Empat Jakarta*.
- Chumaidah, & Priyadi, M. P. (2018). Pengaruh Profitabilitas Dan Size Terhadap Nilai Perusahaan Dengan CSR Sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 7(3), 1–19. <http://jurnal.mahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jira/article/download/116/113>
- 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*, 7(2), 87–102. <https://doi.org/10.25134/jrka.v7i2.4966>
- Fahmi, I. (2018). Analisis Kinerja Keuangan: Panduan bagi Akademisi, Manajer, dan Investor dan Menganalisis Bisnis dari Aspek Keuangan. In *Cv Alfabeta* (p. 213).
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23. In *Semarang: Universitas Diponegoro*.
- Harahap, S. S. (2015). Analisa Kritis Laporan Keuangan. In *Teori Akuntansi*.
- Harmono, H. (2015). Manajemen Keuangan Berbasis Balanced. In *PT Bumi Aksara*.
- Jihadi, M., Vilantika, E., Hashemi, S. M., Arifin, Z., Bachtiar, Y., & Sholichah, F. (2021). The Effect of Liquidity, Leverage, and Profitability on Firm Value: Empirical Evidence from Indonesia. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(3), 423–431. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no3.0423>
- Julita, J., Oktariyani, A., Atika, Darminto, Handayani, S. R., Harahap, S. S., Ardian, A. V., Andini, R., Raharjo, K., Efendi, A. F. W., Wibowo, S. S. A., Suharsimi, A., Ginting, M. C., Kasmir, Subramanyam, W., John, J., Ardiyanto, F. D., Hapsari, E. I., Widati, L. W., ... Rahar, K. (2014). analisa laporan keuangan. In *Bandung : CV Alfabeta* (Vol. 3, Issue 1).
- Kasmir. (2018). Analisis Laporan Keuangan, Edisi Satu, Cetakan Sebelas. In *Rajawali Pers*.
- Keown, A., Martin, J., & Petty, W. (2014). Foundations of Finance - The logic and Practice of Financial Management 8e. In *PEARSON* (Vol. 32, Issue 3).
- Lestari, E. S., Rinofah, R., & Maulida, A. (2022). Pengaruh profitabilitas, leverage, kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan dengan pengungkapan csr sebagai variabel moderating. *Forum Ekonomi*, 24(1), 30–44. <https://doi.org/10.30872/jfor.v24i1.10390>
- Mangantar, M., & Ali, M. (2015). An Analysis of the Influence of Ownership Structure, Investment, Liquidity and Risk to Firm Value: Evidence from Indonesia. *American Journal of Economics and Business Administration*, 7(4), 166–176. <https://doi.org/10.3844/ajebasp.2015.166.176>
- Maulinda, W., & Hermi. (2022). PENGARUH PROFITABILITAS, LIKUIDITAS, DAN LEVERAGE TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY SEBAGAI VARIABEL PEMODERASI. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 2(2), 1923–1932. <https://doi.org/10.25105/jet.v2i2.14885>
- Mipo, M. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan CSR Sebagai Moderating Variable Pada Perusahaan Manufaktur di BEI. *Owner*, 6(1), 736–745. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i1.614>
- Nurmadi, R., & Novietta, L. (2022). The Effect Of Profitability And Liquidity On Firm Value With Dividend Policy As Moderating Variable. *Accounting and Business Journal*, 4(1), 62–74. <https://journal.pancabudi.ac.id/index.php/Accountingandbusinessjournal/article/view/4061>
- Raningsih, N. K., & Artini, L. G. S. (2018). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility sebagai variabel moderasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana , Bali , Indonesia PENDAHULUAN Manajemen perusahaan memiliki tujuan utama yaitu memaksimalkan. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 7(8), 1997–2026.
- Sartono, A. (2015). Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi. Edisi 4. Yogyakarta: BPFE. In *Revolusi Industri 4.0: Desain Perkembangan Transaksi dan Sistem Akuntansi Keuangan*.
- Tumanan, N., & Dyah Ratnawati. (2021). Pengaruh Likuiditas, Profitabilitas, Leverage Terhadap Nilai Perusahaan, CSR Sebagai Pemoderasi. *E-Bisnis : Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 14(1), 123–136. <https://doi.org/10.51903/e-bisnis.v14i1.380>
- Van Horne, J. C., & Wachowicz Jr, J. M. (2012). Prinsip- Prinsip Manajemen Keuangan, Fundamental of Financial Management. In *Salemba 4*.
- Warren, C. S., Reeve, J. M., & Duchac, J. (2012). Financial and Managerial Accounting. In *Management Accounting Research*.
- Wulandari, N. M. I., & Wiksuana, I. G. B. (2017). Agustine 2014. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(3), 1278–1311.
- Undang-Undang (UU) Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (PT) [www.dataindustri.com](http://www.dataindustri.com). 2022. <https://www.dataindustri.com/produk/tren-data-pertumbuhan-industri-manufaktur-pengolahan/> .
- [www.kemenperin.go.id](http://www.kemenperin.go.id). 2022. <https://kemenperin.go.id/artikel/23125/Industri-Manufaktur-Indonesia-Semakin-Ekspansif> .
- [www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org). 2022. <https://www.globalreporting.org/how-to-use-the-gri-standards/gri-standards-bahasa-indonesia-translations/> .