

**PENGARUH PROFITABILITAS, LIKUIDITAS, LEVERAGE,  
DAN AKTIVITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN YANG  
DIMODERASI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY**

**(PADA PERUSAHAAN LQ45 YANG TERDAFTAR PADA  
BEI PERIODE 2016-2020)**

*by Vicky Ardian*

---

**Submission date:** 04-Feb-2023 05:21AM (UTC-0800)

**Submission ID:** 2006151643

**File name:** Vicky\_Ardian-4.docx (113.83K)

**Word count:** 5165

**Character count:** 35651

## PENDAHULUAN

Revolusi industri 4.0 telah masuk di Indonesia yang ditandai melalui meningkatnya koneksi, interaktivitas, serta kerja sama yang melibatkan manusia, mesin, serta sumber daya lainnya yang terhubung dengan teknologi informasi serta komunikasi. Salah satu ilustrasinya adalah bagaimana teknologi informasi dan komunikasi telah memungkinkan kemakmuran industri serta menunjukkan sarana sert kelengkapan bagi bisnis guna memperluas serta memajukan bisnis mereka. Dalam Sitanggang & Chusmah (2020), setiap perusahaan wajib berkemampuan dalam beradaptasi dengan kemajuan dan perubahan di bidang bisnis ini guna menciptakan kinerja pemegang saham yang dianggap positif oleh pemangku kepentingan.

Perusahaan perlu menyesuaikan metode mereka terkait hal stabilisasi kelangsungan hidup mereka terhadap perusahaan lain saat perusahaan mereka berkembang, yang akan mengembangkan persaingan di antara semua pesaing dalam mencapai tujuan perusahaan. Organisasi harus mampu mengembangkan rencana yang efektif serta produktif guna memajukan nilainya. Karena kinerja perusahaan merupakan tolok ukur efektivitas organisasi dalam menjalankan aktivitas keuangan, maka harga saham cenderung dipengaruhi oleh tingkat kinerja perusahaan (Firdaus *et al.*, 2019). Harga saham perusahaan bisa naik atau turun tergantung pada seberapa baik kinerjanya. Apabila kinerja perusahaan buruk, harga saham akan jatuh. Guna menetapkan performa perusahaan menerapkan metode pelaporan keuangan melalui nilai angka akuntansi untuk laporan keuangan dalam bentuk *Net Profit Margin (NPM)* dan *Return On Equity (ROE)* (Setiawan & Rahmawati., 2020).

Harga saham yang tinggi memberi kenaikan pada nilai perusahaan. Peningkatan hasil ekonomi diperkirakan akan memajukan nilai perusahaan, sehingga semakin besar efisiensi pendapatan, besar pula nilai perusahaan (Widagdo *et al.*, 2020). Nilai perusahaan yang kuat mampu membujuk pasar untuk terlibat dalam kemungkinan hasil perusahaan serta kemampuan aktualnya. Karena nilai perusahaan yang nantinya diasosiasikan terhadap nilai pemegang saham yang tinggi, nilai perusahaan dinyatakan sangat penting (Brigham *et al.*, 2019). Nilai perusahaan yang dilihat pemegang saham serta kreditur sangat penting agar dipahami sebab menunjukkan terhadap investor bahwa suatu perusahaan adalah investasi yang baik, sementara bagi kreditur, nilai bisnis cenderung mencerminkan kemampuan perusahaan dalam pembayaran hutangnya sehingga mereka dapat membayar hutangnya tidak peduli terkait peminjaman uang terhadap perusahaan. Guna meredakan kekhawatiran kreditur terkait peminjaman uang kepada perusahaan, korporasi wajib memenuhi utangnya.

Diyakini bahwa profitabilitas memberikan pengaruh pada nilai perusahaan (Zuhroh., 2019). Dalam penelitian ini profitabilitas dihitung melalui Return on Assets (ROA). Sebab ROA diterapkan guna meninjau seberapa jauh permodalan yang telah ditanamkan laba yang dilandaskan pada harapan serta kualitas modal itu sendiri yang faktualnya sejalan terhadap aset perusahaan yang ditunjukkan. Apabila perusahaan tidak bisa memperoleh profitabilitas yang layak, akibatnya mereka tidak dapat pula mengurus keberlangsungan usahanya. Dikarenakan hal

ini, perusahaan wajib mengeksplor sumber pendanaan yang diperoleh melalui luar perusahaan guna meraih keberlangsungan usaha yang positif.

*Leverage* juga dapat dijadikan media yang sering diterapkan perusahaan guna memajukan modal mereka terkait hal peningkatan utang (Kusumawati *et al.*, 2021). Peningkatan serta penyusutan level utang mempunyai efek pada penilaian pasar (Nor., 2019). Melonjaknya utang yang tinggi turut menunjukkan efek buruk terhadap nilai perusahaan (Sam *et al.*, 2019). Sesuai dengan pernyataan tersebut ada beberapa peneliti sebelumnya yang membuat studi terkait nilai perusahaan yakni dalam penelitian (Rudangga & Sudiarta., 2016) menunjukkan bahwa *leverage* serta profitabilitas memberikan efek positif bagi nilai perusahaan

*Corporate Social Responsibility (CSR)* mengacu pada faktor yang memberikan pengaruh pada nilai perusahaan selain faktor keuangan. Investor biasanya khawatir terkait di mana dan bagaimana investasi mereka ditanamkan, membuat CSR semakin penting bagi mereka. Tujuan perusahaan terkait erat pada komunitas serta lingkungan di mana mereka menerapkan kegiatan, serta kegagalan dalam penerapannya membuat bisnis tidak menjamin untung dalam jangka panjang. CSR bisa dipandang sebagai metode guna menerapkan prosedur yang memungkinkan bisnis agar menyatukan semua isu sosial serta lingkungan pada interaksi pemangku kepentingan serta komersial mereka. Pengungkapan CSR dalam laporan keuangan korporasi yang dulu bersifat opsional, kini menjadi wajib. CSR dan nilai perusahaan terhubung karena tindakan ini mampu mempengaruhi kecenderungan perusahaan konsumen. (Kim *et al.*, 2018). Tetapi hal ini memberikan perbedaan penelitian ini terhadap penelitian yang lalu yakni penggunaan masa periode yang beda yakni 2016 – 2020.

Tujuan dibuatnya penelitian ini yakni guna menemukan pengaruh profitabilitas, likuiditas, *leverage* serta aktivitas dalam nilai perusahaan pada semua perusahaan yang termasuk pada indeks LQ45 yang tercantum dalam Bursa Efek Indonesia (BEI) pada masa 2016 -2020.

## TINJAUAN PUSTAKA

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

Dalam Spence (1973) diungkapkan melalui penggambaran suatu sinyal, pihak pemilik informasi berupaya dalam menunjukkan data yang bisa dipakai pihak penerima informasi. Berikutnya, pihak penerima nantinya membuat penyesuaian sikapnya terhadap persepsi terkait sinyal itu.

### **Teori Keagenan (Agency Theory)**

Scott (2015) mengungkapkan yakni sebuah evolusi suatu konsep yang mendalam terkait rencana kontrak yang mana agen terlibat (pihak manajemen) berkooperasi dengan nama prinsipal (investor). Teori agensi didalamnya memuat perjanjian relasi atas dua pihak yakni agen dengan pengelola yang mengatur perusahaan atas nama pemilik perusahaan.

### **Profitabilitas**

Profitabilitas mengacu pada indeks pada kapabilitas suatu perusahaan guna mendapat untung di masa tertentu, nantinya dijadikan tingkat kinerja perusahaan yang akhirnya bisa meninjau level efektifitas manajemen (Soendhika & Wahyudi., 2022).

#### **Likuiditas**

Likuiditas mengacu pada persentase yang ditujukan guna menilai kapabilitas perusahaan terkait pemenuhan tanggungan jangka pendek. Perusahaan yang mempunyai likuiditas tinggi mampu membayarkan utang jangka pendek, yang mana artinya total utang berkurang, dengan hal ini struktur modal turut mengecil, sehingga bisa disebutkan likuiditas memberikan pengaruh pada struktur modal (Zuhroh., 2019).

#### **Leverage**

*Leverage* mengacu pada komparasi yang dipakai guna menghitung kapabilitas perusahaan terkait pelaksanaan setiap kewajiban di masa berlangsung atau kedepannya (Prasetya Margono & Gantino., 2021). Dalam arti, *leverage* merupakan perbandingan yang diterapkan guna menilai berat pinjaman yang harus dibayar oleh perusahaan.

#### **Aktivitas**

Aktivitas adalah persentase yang dipakai guna menilai total penanaman dana pada persediaan tersebut memuat pada suatu periode (Hermanto & Hanadi., 2020). Perputaran persediaan yang tinggi membuktikan bahwa tingginya persediaan berputar untuk satu tahun dan ini membuktikan efektivitas pengelolaan persediaan.

#### **Corporate Social Responsibility**

Sensitivitas terhadap kepedulian sosial dan lingkungan dalam pelaksanaan kegiatan perusahaan dikenal dengan *corporate social responsibility* (CSR) (Zuhriah & Maharani., 2022). CSR bisa dijadikan modal jangka panjang guna meminimalisir bahaya sosial selain bermanfaat untuk mengembangkan citra entitas.

#### **Ukuran Perusahaan**

Ukuran perusahaan mengacu pada satu diantara aspek yang mampu memberikan pengaruh pada pandangan penanam atau calon modal terkait perusahaan tersebut. besarnya suatu perusahaan, memberikan efek pada kompleksitas skema pengelolaan yang ada, sama halnya dengan untung yang diperoleh (Wahyudi & Fitriah., 2021).

#### **Nilai Perusahaan**

Nilai perusahaan mengacu pada keadaan yang sudah diraih perusahaan untuk dijadikan representasi kepercayaan publik pada perusahaan itu, sesudah mengambil tahap operasi di beberapa tahun, yakni dimulai ketika perusahaan didirikan hingga sekarang. Masyarakat akan

siap membeli saham melalui harga yang sesuai dengan pandangan serta keyakinannya (Juhandi *et al.*, 2019).

## **HUBUNGAN ANTAR VARIABEL**

### **Hubungan Profitabilitas dengan Nilai Perusahaan**

Profitabilitas berpengaruh pada nilai perusahaan. Hal tersebut disebabkan profitabilitas yang besar dalam perusahaan menunjukkan semakin baiknya kemampuan dalam menghasilkan keuntungan dan nantinya menunjukan sinyal untuk penanam modal guna memberikan modalnya terhadap perusahaan serta menyiapkan sumber kekayaan untuk semua pemegang saham melalui dividen (Fahmi., 2016), sehingga melalui permintaan investasi oleh investor tersebut nantinya memicu harga saham naik (Tui *et al.*, 2017). Dalam penelitian Jihadi *et al* (2021) memperlihatkan bahwa profitabilitas memberikan pengaruh yang baik pada nilai perusahaan, dan penelitian ini setara terhadap penelitian Setiawanta *et al* (2021) menunjukkan jika profitabilitas perusahaan meningkat maka akan menjadi signal positif bagi nilai perusahaan.

H1 : Profitabilitas berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan

### **Hubungan Likuiditas dengan Nilai Perusahaan**

Likuiditas memiliki pengaruh pada nilai perusahaan karena perusahaan dengan tingkat likuiditas tinggi mahir menggunakan kas yang tersedia guna memaksimalkan operasi bisnis dan melunasi hutang jangka pendek (Massie *et al.*, 2018). Menurut penelitian Hapsoro dan Falih (2020), likuiditas memberikan pengaruh positif pada nilai perusahaan. Penelitian ini sependapat dengan Cont *et al.* (2020), yang juga menemukan bahwa likuiditas berdampak positif terhadap nilai bisnis.

H2 : Likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

### **Hubungan Leverage dengan Nilai Perusahaan**

Leverage memiliki pengaruh dalam mencapai pengembalian keuangan yang ideal karena meningkatkan kemungkinan bahwa perusahaan akan memperoleh uang dari sumber luar, yang akan meningkatkan kemungkinan untuk memperoleh keuntungan setinggi mungkin (Al-Slehat., 2019). Leverage memiliki dampak yang menguntungkan pada nilai bisnis, menurut studi Astuti, *et al* (2022). Penelitian ini mempunyai hasil yang sama penelitian oleh Adetunji *et al* (2016) terkait topik yang sama.

H3 : Leverage berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan

### **Hubungan Aktivitas dengan Nilai perusahaan**

Aktivitas memberikan pengaruh pada nilai perusahaan, karena persentase operasi yang tinggi dapat menjadi bukti keberhasilan suatu perusahaan dan dipandang sebagai kabar baik sehingga

menciptakan nilai perusahaan yang baik (Kristi & Yanto., 2020). Dalam penelitian Santosa (2020) menunjukkan bahwa rasio aktivitas mempunyai pengaruh yang baik pada nilai perusahaan, dan penelitian ini mempunyai kesamaan dalam Astutik (2017) aktivitas mempunyai pengaruh positif pada nilai perusahaan.

H4 : Aktivitas berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.

#### **Hubungan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai Variabel Moderating**

Melalui tingkat efisiensi yang tinggi, bisnis bisa menunjukkan kapasitasnya guna memperoleh aset yang cukup besar oleh pemegang saham. Minat investor terhadap perusahaan akan meningkat ketika rasio ini meningkat. Nilai perusahaan akan naik jika nilai saham naik (Restianti & Agustina., 2018). Dalam penelitian Winarso & Christina (2019), tanggung jawab sosial perusahaan mampu memitigasi dampak kemakmuran pada profitabilitas perusahaan. Temuan ini konsisten dengan penelitian Siregar *et al* (2018).

H5 : Profitabilitas mempengaruhi Nilai Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai Variabel Moderating.

#### **Hubungan Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai Variabel Moderating**

Persepsi investor pada kinerja perusahaan terus berkembang sebagai akibat oleh naiknya likuiditas perusahaan, yang memungkinkan bisnis untuk membayar dividen, mendanai operasinya, dan melakukan investasi (Putra & Astika., 2019). Menurut penelitian Leary (2019), yang sependapat dengan penelitian Rafid *et al* (2017) bahwa *Corporate Social Responsibility* dapat mengurangi pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan, terdapat bukti bahwa CSR dapat melakukannya.

H6 : Likuiditas mempengaruhi Nilai Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai Variabel Moderating.

#### **Hubungan Leverage terhadap Nilai Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai Variabel Moderating**

Restianti & Agustina (2018) mengungkapkan bahwa meskipun suatu perusahaan mungkin mempunyai utang dalam jumlah besar, apabila mempunyai ikatan positif terhadap krediturnya serta bisa menyajikan data terkait tanggung jawab sosialnya, maka wajib mengungkapkan semua program CSRnya guna membuktikan taktik fokus utamanya, yakni kehadiran sehingga investor besar akan melihatnya secara positif. *Corporate Social Responsibility* bisa mengurangi dampak leverage pada nilai perusahaan, dalam penelitian Wulandari & Wiksuana (2017); penelitian ini sependapat terhadap temuan oleh Pertiwi & Chusnah (2020).

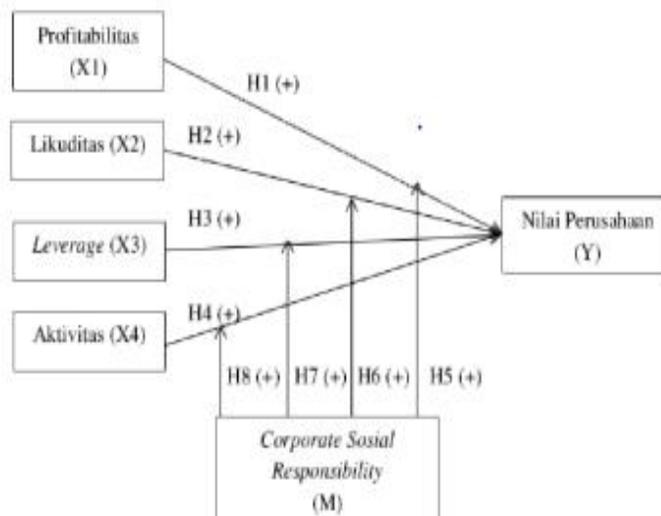
H7 : *Leverage* mempengaruhi Nilai Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai Variabel Moderating.

**Hubungan Aktivitas terhadap Nilai Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai Variabel Moderating**

Dengan semakin tingginya rasio aktivitas bisa diartikan bahwa semakin tinggi jumlah penjualan yang didapat melalui masing-masing aktiva. Hal tersebut menunjukkan bahwa tingginya rasio aktivitas memberikan efek pada baiknya serta kemungkinan terkait akan naiknya nilai perusahaan melalui angka saham (Jihadi *et al.*, 2021). Dalam penelitian Kristi & Yanto (2020) membuktikan bahwa *Corporate Social Responsibility* bisa meminimalisir pengaruh aktivitas pada nilai perusahaan, dan penelitian ini memperoleh hasil sama pada temuan Santosa (2020) *corporate social responsibility* bisa meminimalisir aktivitas pada nilai perusahaan.

H8 : Aktivitas mempengaruhi Nilai Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai Variabel Moderating.

Model penelitian ditujukan guna mempersingkat tahap ketika menemukan pemahaman terkait arah penelitian. Berikutnya melalui hubungan variabel menurut pengamatan tersebut, amodel penelitian dicantumkan seperti di bawah:



Gambar 1. Model Penelitian

## METODOLOGI PENELITIAN

Variabel independen yang diterapkan pada penelitian ini yakni profitabilitas, likuiditas, serta *leverage*. Profitabilitas bisa dihitung melalui *Return On Asset (ROA)* (Hery., 2018), ROA rasio yang diterapkan dengan cara tingkat indikator seberapa baik perusahaan untuk memanfaatkan asetnya guna memperoleh untung. Likuiditas bisa dihitung melalui *Current Ratio (CR)* (Jihadi *et al.*, 2021), CR rasio yang diterapkan guna menghitung sebesar apakah aset lancar yang dipakai guna memenuhi kewajiban jangka pendek atau utang yang hampir melampaui batas waktu ketika akan diminta. *Leverage* bisa dihitung memakai *Debt to Equity Ratio (DER)* (Fajaria., 2018), DER rasio yang diterapkan guna menghitung utang jangka Panjang ataupun jangka pendek yang dipakai guna mendanai perusahaan.

Penelitian ini memakai metode kuantitatif yang berbentuk kausal komparatif (*causal comparative research*). Dalam penelitian ini diterapkan dengan mengevaluasi sebab akibat terkait dua variabel ataupun lebih. Peneliti berharap dalam meninjau sebab akibat yang melibatkan profitabilitas, *leverage*, serta likuiditas pada angka perusahaan di perusahaan standar LQ45 yang tercantum dalam BEI periode 2016 – 2020. Penelitian ini memakai variabel dependen (variabel terikat) serta variabel independen (variabel bebas). Pada penelitian ini ada variabel dependen yang dipakai yakni Nilai Perusahaan, pengukuran nilai perusahaan pada penelitian ini memakai *Price to Book Value (PBV)* (Dianti *et al.*, 2020). PBV rasio yang membuktikan terkait harga saham yang disiapkan *overvalued* (diatas) ataupun *undervalued* (dibawah) nilai buku saham itu sendiri.

Selanjutnya akan dilakukan Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, Uji Heteroskedastisitas, dan Uji Autokorelasi sebagai uji standar. Pengujian statistik t digunakan oleh peneliti ini. Tes ini mencoba untuk menetapkan kelayakan penelitian untuk pengujian di masa depan. Apabila tingkat signifikansi  $> 0,05$ , berarti pemodelan ini praktis untuk digunakan dalam penelitian, dan jika tingkat signifikansi  $\alpha = 0,05$ , akibatnya bisa disebutkan bahwa data tersebut tidak normal. Berikut syarat-syarat penilaian uji f dengan taraf signifikansi  $\alpha = 5\%$  atau  $0,05$ . Melalui ambang batas signifikansi  $\alpha = 0,05$  (5%), uji t dipakai guna menemukan sebesar apakah kontribusi variabel independen pada bagian penjelasan variabel dependen. Faktor independen secara substansial mempengaruhi variabel dependen dengan cara yang berarti jika uji t lebih rendah dari ambang signifikan. Di sisi lain, jika uji t signifikan melampaui tingkat tertentu, variabel independen hanya mempengaruhi variabel dependen secara marginal. Untuk menentukan pilihan, nilai signifikansi harus lebih besar dari ( $\text{sig} > 0,05$ ) agar  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Apabila nilai signifikansi kurang dari ( $\text{sig} < 0,05$ ), akibatnya  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  disetujui.

45 perusahaan yang secara teratur termasuk dalam indeks LQ45 yang diposting di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2016 sampai 2020 merupakan populasi yang dipertimbangkan dalam penelitian ini. Penelitian ini menggunakan 60 sampel yang dibuat melalui pengalihan 12 perusahaan terhadap pengamatan selama lima tahun. Purposive sampling merupakan pendekatan

yang diterapkan, serta melibatkan penetapan kriteria yang dibutuhkan oleh peneliti sehingga diharapkan mampu menjawab pertanyaan penelitian. Bisnis yang memenuhi persyaratan berikut termasuk di antara perusahaan indeks LQ45 yang dijadikan sampel dalam penelitian ini dengan kriteria: (a) perusahaan LQ45 yang telah ditempatkan di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada rentang 2016-2020; (b) perusahaan LQ45 yang menerbitkan laporan tahunan secara terus menerus pada rentang 2016-2020; dan (c) perusahaan LQ45 yang belum dihapus antara pada rentang 2016-2020.

Analisis regresi linier berganda diterapkan pada penelitian ini guna menguji hipotesis dari hipotesis pertama, hipotesis kedua, serta hipotesis ketiga. Microsoft Excel dan aplikasi perangkat lunak statistik lainnya akan dimanfaatkan sebagai alat bantu teknologi digital terkait hal pemeriksaan informasi yang diperoleh pada penelitian ini. Guna memastikan bagaimana faktor independen memberikan pengaruh pada variabel dependen, analisis linear berganda dilakukan.

Dalam penelitian ini, model regresi linier berganda bisa diamati pada persamaan dibawah:

$$Y = a + \beta_1 X_1 - \beta_2 X_2 - \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 - \beta_5 (X_1.M) + \beta_6 (X_2.M) + \beta_7 (X_3.M) - \beta_8 (X_4 + M) + E$$

Keterangan:

- Y = Variabel Terikat
- a = Konstanta
- $\beta$  = Koefisien Regresi
- X = Variabel Bebas
- E = Residual
- M = Variabel Moderasi

## HASIL

Hasil Analisis Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ROA	60	0.13	46.3	9.9062	11.51164
CR	60	1.07	467.77	108.8918	146.23614
DER	60	0.01	689.6	180.5992	221.78286
RASIO AKTIVITAS	60	11.57	14.25	12.6513	0.76213
PBV	60	426	82444	9387	16549.72809
CSR	60	0.13	0.39	0.2451	0.07232
UKURAN PERUSAHAAN	60	22.27	26.07	24.4137	1.089
Valid N (listwise)	60				

Profitabilitas melalui temuan analisis deskriptif tersebut menunjukkan bahwa nilai mean sebesar 9.9062. Sedangkan untuk nilai minimum 0.13 dan maksimum 46.30. Standar deviasi mencapai 11.51164. Profitabilitas memiliki variasi data yang cukup signifikan, hal ini ditunjukkan melalui nilai standar deviasi variabel profitabilitas lebih tinggi dari nilai rata-ratanya. Mengacu pada

temuan studi deskriptif tersebut, likuiditas memiliki nilai rata-rata 108.8918. Nilai terendah serta yang terbesar masing-masing adalah 1,07 dan 467,77. Interval kepercayaan saat ini adalah 146,23614. Disebabkan error margin variabel likuiditas lebih tinggi dari rata-ratanya, dapat disimpulkan bahwa data sangat bervariasi untuk variabel ini. Hasil analisis deskriptif membuktikan bahwa nilai rata-rata berdasarkan leverage yakni 180,5992. Sementara nilai minimum ,01 dan maksimum 689,60. Sementara standard deviasi mencapai 221,78286. Nilai standard deviasi variabel *leverage* lebih tinggi daripada nilai mean, yang akhirnya bisa dikatakan bahwa *leverage* mempunyai level variasi data yang besar. Aktivitas dari temuan kajian deskriptif tersebut membuktikan bahwa angka meap berada pada 12,6513. Sementara nilai minimum 11,57 dan maksimum 14,25. Sementara bagi standard deviasi mencapai 0,76213. Nilai standard deviasi variabel aktivitas lebih rendah dibandingkan nilai mean, yang akhirnya bisa dikatakan bahwa aktivitas mempunyai level variasi data yang rendah.

Nilai perusahaan melalui kajian deskriptif tersebut membuktikan bahwa nilai mean 9.387,00. Sedangkan untuk nilai minimum 426 dan maksimum 82.444. Sedangkan untuk standard deviasi sebesar 16.549,724. Mengingat bahwa standar deviasi rata-rata variabel nilai perusahaan lebih tinggi daripada nilai rata-ratanya, bisa dikatakan bahwa statistik sangat bervariasi untuk faktor ini. Hasil penelitian deskriptif ini memperlihatkan bahwa nilai rata-rata akuntabilitas sosial perusahaan yakni 0,2451. Nilai terendah dan tertinggi masing-masing yakni 0,13 dan 0,39. Standar deviasi sekarang mencapai 0,07232. Nilai standar deviasi variabel Corporate Social Responsibility lebih kecil dari nilai rata-ratanya, yang membuktikan bahwa terdapat sedikit variasi data pada variabel ini. Analisis deskriptif tersebut menggambarkan bahwa angka rata-rata ukuran perusahaan mencapai 24,4137. Nilai minimum serta tertinggi masing-masing yakni 22,27 dan 26,07. Standar deviasi berada pada 1,08900. Fakta bahwa margin kesalahan ukuran perusahaan variabel lebih kecil dari nilai rata-ratanya membuktikan bahwa ada sedikit fluktuasi data pada variabel ini.

Temuan data yang diterapkan pada penelitian ini berdistribusi normal, yang ditunjukkan dengan nilai Asymp Sig (2-tailed) yakni 0,000, mengacu pada hasil uji normalitas melalui penggunaan pengujian statistik Kolmogorov-Smirnov (K-S).

Angka Variance Inflation Factor (VIF) pada hasil pengujian bisa diterapkan guna menetapkan hasil uji multikolinearitas ini, apabila nilai VIF melebihi 10,0, terjadi multikolinearitas. Tidak ada tanda-tanda multikolinearitas yang disesuaikan pada pengujian multikolinearitas memakai koefisien korelasi antar variabel independen pada penelitian ini karena tidak ada nilai VIF yang kurang dari 10,0.

Uji Durbin Watson diterapkan guna menemukan apakah data mempunyai autokorelasi yang dilandaskan pada temuan uji autokorelasi. Tidak ada autokorelasi apabila total yang relevan

mencapai 0,05. Karena nilai DW penelitian yakni 1,420, maka bisa dibuat kesimpulan bahwa tidak ada indikasi sinkronisasi.

Disebabkan oleh masing-masing variabel dalam pengujian heteroskedastisitas melalui penerapan uji Glejser mempunyai nilai di atas > 0,05 maka bisa disimpulkan bahwa tidak ada indikasi heteroskedastisitas dalam data.

Hasil uji koefisien determinasi bila nilai mendekati angka 1 akibatnya variabel independen memberikan pengaruh yang besar terkait penguraian variabel dependen. Nilai *R Square* pada penelitian ini yakni mencapai 0,684 membuktikan bahwa variabel-variabel independen yang termasuk di penelitian ini bisa memberikan efek pada nilai perusahaan hingga 68,4%.

Hasil uji simultan (uji *F*) memakai angka signifikansi yang didapat melalui output anova didapat nilai signifikansi yakni 0,000 yang mengimplikasikan lebih rendah dari 0,05 atau kurang dari 0,05. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel profitabilitas, likuiditas, *leverage*, serta aktivitas bersamaan mempengaruhi nilai perusahaan. Yang mana melalui hal tersebut hipotesis uji simultan diterima.

Hipotesis	Nilai signifikansi	Nilai koefisien	Keterangan
H1 : Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan	0,000	2377,902	Diterima
H2 : Likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan	0,004	-142,072	Ditolak
H3 : <i>Leverage</i> berpengaruh terhadap nilai perusahaan	0,961	-1,485	Ditolak
H4 : Rasio aktivitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan	0,494	1414,031	Ditolak
H5 : <i>Corporate social responsibility</i> memoderasi profitabilitas terhadap nilai perusahaan	0,015	-5310,432	Ditolak
H6 : <i>Corporate social responsibility</i> memoderasi likuiditas terhadap nilai perusahaan	0,003	629,080	Diterima
H7 : <i>Corporate social responsibility</i> memoderasi <i>leverage</i> terhadap nilai perusahaan	0,961	-6,732	Ditolak
H8 : <i>Corporate social responsibility</i> memoderasi rasio aktivitas terhadap nilai perusahaan	0,481	-3157,822	Ditolak

Hasil uji hipotesis pertama (H1) menggambarkan bahwa secara parsial profitabilitas mempengaruhi secara positif. Nilai signifikansi profitabilitas yakni  $0,000 < 0,05$ . Berdasarkan

nilai koefisien yang bernilai positif mencapai 2377,902 yang akhirnya disimpulkan bahwa profitabilitas mempengaruhi nilai perusahaan secara positif, maka H1 diterima.

Hasil pengujian hipotesis kedua (H2) memperlihatkan bahwa secara parsial likuiditas mempengaruhi secara negatif. Nilai signifikansinya yakni  $0,004 < 0,05$ . Mengacu pada nilai koefisien yang bersifat negatif sebanyak -142,072 yang akhirnya bisa disimpulkan bahwa likuiditas mempengaruhi nilai perusahaan secara negatif, maka H2 ditolak.

Hasil uji hipotesis ketiga (H3) memperlihatkan bahwa secara parsial *leverage* mempengaruhi secara negatif. Nilai signifikansinya yakni  $0,961 > 0,05$ . Mengacu pada koefisien yang bersifat negatif hingga -1,485 yang akhirnya bisa disimpulkan bahwa *leverage* tidak mempengaruhi nilai perusahaan secara negatif, maka H3 ditolak.

Hasil uji hipotesis keempat (H4) membuktikan bahwa rasio aktivitas mempengaruhi secara positif. Nilai signifikansinya yakni  $0,494 > 0,05$ . Mengacu pada nilai koefisien yang bersifat positif mencapai 1414,031 yang akhirnya bisa disimpulkan rasio aktivitas tidak mempengaruhi nilai perusahaan, maka H4 ditolak.

Temuan uji hipotesis kelima (H5) menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* hanya dapat mengimbangi dampak profitabilitas terhadap nilai perusahaan secara parsial. H5 ditolak karena nilai uji signifikan  $0,015 > 0,05$  dan nilai koefisien sebesar -5310,432, menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* tidak mampu memitigasi dampak profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

Sejalan dengan temuan uji hipotesis keenam (H6), *corporate social responsibility* bisa sedikit mengurangi dampak likuiditas terhadap nilai perusahaan. H6 diterima sebab nilai uji signifikansi  $0,003 < 0,05$  dan nilai koefisien 629,080, menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* dapat memitigasi dampak likuiditas terhadap nilai perusahaan.

Temuan uji hipotesis ketujuh (H7) membuktikan bahwa *corporate social responsibility* hanya bisa mengurangi dampak terhadap nilai perusahaan secara parsial. Dapat disimpulkan bahwa *corporate social responsibility* tidak mampu mengurangi pengaruh pada nilai perusahaan sebab nilai uji signifikansi  $0,961 > 0,05$  dan nilai koefisien -6,732, sehingga H7 ditolak.

Temuan uji hipotesis kedelapan (H8) membuktikan bahwa *corporate social responsibility* hanya dapat menyeimbangkan sebagian rasio aktivitas terhadap nilai perusahaan. Sebab koefisien hingga -3157,822 serta nilai uji signifikansi  $0,481 > 0,05$  membuktikan bahwa *corporate social responsibility* tidak mampu mengendalikan rasio aktivitas terhadap nilai perusahaan, akibatnya hipotesis H8 ditolak.

### Analisis Regresi Linear Berganda

$$PBV = -11287,265 \alpha + 2377,902X1 - 142,072X2 - 1,485X3 + 1414,031X4 - 5310,432X1^*M + 629,080X2^*M - 6,732X3^*M - 3157,822X4^*M +$$

Konstanta ( $\alpha$ ) menunjukkan nilai -11287,265, pada koefisien profitabilitas naik sebesar 2377,902, apabila profitabilitas meningkat 1% akibatnya nilai perusahaan juga turut naik 2377,902. koefisien likuiditas turun 142,072 jika likuiditas turun 1% akibatnya nilai perusahaan akan memperoleh penyusutan 142,072. koefisien leverage turun 1,485 apabila leverage menurun 1% akibatnya nilai perusahaan turut mendapat penyusutan 1,485. Koefisien aktivitas naik 1414,031 jika aktivitas naik 1% maka nilai perusahaan naik 1414,031. Koefisien CSR memoderasi profitabilitas turun 5310,432 jika turun 1 % akibatnya nilai perusahaan menyusut 5310,432. Koefisien CSR memoderasi likuiditas naik 629,080 jika meningkat 1% akibatnya nilai perusahaan meningkat 629,080. Koefisien CSR memoderasi leverage turun 6,732 jika meningkat 1% akibatnya nilai perusahaan turut meurun 6,732. Koefisien CSR memoderasi aktivitas turun 3157,822 jika menyusut 1% akibatnya nilai perusahaan turut menurun 3157,822.

### DISKUSI

#### Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Hasil pengujian hipotesis pertama (H1) membuktikan bahwa profitabilitas mempunyai pengaruh baik pada nilai bisnis. Hal ini mengimplikasikan bahwa hipotesis pertama (H1) benar. Nilai perusahaan meningkat ketika nilai laba meningkat. Hal ini agar investor dapat terlibat dalam meningkatnya permintaan ekuitas dengan mengidentifikasi pendapatannya besar sebagai tanda prospek perusahaan yang solid. Nilai perusahaan akan naik sebagai akibat dari meningkatnya permintaan saham.

Berbagai langkah yang dilakukan pengelola guna memajukan kemakmuran pemilik serta pemegang saham, yang digambarkan melalui harga saham, dalam upaya meningkatkan nilai perusahaan. Dengan demikian, penanam modal akan berpikir guna mengevaluasi nilai perusahaan sehubungan dengan keadaan ini. Karena pemeriksaan nilai perusahaan akan memberi investor informasi penting terkait kemungkinan perusahaan menghasilkan laba dalam jangka panjang. Temuan penelitian ini konsisten terhadap penelitian sebelumnya oleh Jihadi et al. (2021) dan Setiawanta et al. (2021), yang menunjukkan bahwa profitabilitas berdampak pada nilai bisnis.

#### Pengaruh Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan

Hasil pengujian hipotesis kedua (H2) menunjukkan bahwa likuiditas berdampak merugikan bagi nilai perusahaan. Akibatnya, hipotesis kedua (H2) ditolak. Temuan penelitian ini bertentangan dengan penelitian sebelumnya oleh Hapsoro & Falih, (2020) dan Cont et al (2020), yang menunjukkan bahwa likuiditas berdampak positif pada nilai perusahaan. Rasio lancar yang rendah biasanya terlihat mengarah pada masalah likuiditas, dan sebaliknya, rasio lancar yang

tinggi juga dianggap negatif karena mungkin menandakan bahwa ada sejumlah besar uang tunai yang tidak terpakai, yang mungkin secara serius memengaruhi kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan (Nurwulandari & Wibowo., 2021).

Indikator rasio lancar dalam studi ini, pengganti variabel likuiditas, berdampak buruk pada nilai bisnis. Karena jumlah likuiditas kontras antara aset lancar dengan kewajiban lancar, hal itu memiliki efek yang buruk. Apabila aset perusahaan saat ini—kas, inventaris, piutang, dan perusahaan—meningkat, hal tersebut membuktikan bahwa ada uang yang tidak aktif dalam bisnis. Hal tersebut mencegah perusahaan memakai total asetnya secara maksimal, yang juga mencegahnya memaksimalkan pengembalian pemegang saham. Agar pemegang saham berkembang, perusahaan dituntut guna memperluas nilainya.

#### **Pengaruh Leverage terhadap Nilai Perusahaan**

Hasil uji hipotesis ketiga (H3) membuktikan bahwa leverage tidak mempengaruhi nilai perusahaan. Yang artinya hipotesis ketiga (H3) ditolak. Hasil kajian ini bertolak belakang terhadap kajian yang lalu yang dibuat oleh Astuti *et al.*, (2022) dan Adetunji *et al.*, (2016) yang menunjukkan bahwa leverage memberikan pengaruh yang baik bagi nilai perusahaan. Leverage yang tidak mempunyai pengaruh pada nilai perusahaan berarti perusahaan itu terkait pendanaan aktivasnya lebih memakai modal pribadi. Modal tersebut diambil melalui modal saham dan laba disiapkan dengan kecukupan dana melalui modal sendiri dapat memicu perusahaan tersebut meminimalisir total utangnya.

Disebabkan karena keuntungan memakai hutang tidak secara langsung sama dengan pengeluaran yang dikeluarkan, itu mengindikasikan bahwa penggunaan hutang yang berlebihan bisa mengurangi manfaat tersebut, yang akhirnya mempengaruhi secara negatif pada nilai perusahaan. Kemungkinan kolapse meningkat dengan hutang karena bisnis tidak mampu membayar bunga dan pokok (Eity *et al.*, 2020). Karena jumlah utang dapat menurunkan nilai perusahaan, pengelola diharuskan agar berhati-hati dalam memakai utang. Nilai perusahaan turun jika leverage yang berlebihan memperlihatkan bahwa perusahaan tidak solvable dan bereaksi buruk bagi pemegang saham.

#### **Pengaruh Aktivitas terhadap Nilai Perusahaan**

Hasil uji hipotesis keempat (H4) membuktikan bahwa aktivitas tidak mempengaruhi nilai perusahaan. Artinya hipotesis keempat (H4) ditolak. Hasil kajian ini bertolak belakang terhadap kajian sebelumnya yang dibuat Santosa, (2020) dan Astuti *et al.*, (2017) yang menunjukkan bahwa aktivitas memberikan pengaruh yang baik bagi nilai perusahaan. Aktivitas yang tidak memberikan pengaruh pada nilai perusahaan akan membuat nilai perusahaan mengalami penurunan sebab rasio aktivitas digunakan untuk dijadikan media guna menilai seefektif apakah perusahaan dapat memanfaatkan aktiva yang dimilikinya (Nafisah *et al.*, 2020).

Alokasi aset dipandang sebagai komponen penting dari investasi karena membantu investor membuat penilaian jangka panjang terkait kewajiban yang mampu mereka tanggung serta membantu mereka menghindari penyesuaian pada strategi investasi mereka sebagai respons terhadap fluktuasi situasi keuangan mereka. Perputaran aset secara keseluruhan merupakan dampak yang signifikan karena hal ini. Kemampuan perusahaan dalam mengelola asetnya secara efektif dalam keadaan seperti itu akan menarik investor di masa mendatang guna berpartisipasi dalam menempatkan uang mereka, oleh karena itu perputaran aset yang tinggi dalam periode waktu tertentu merupakan indikator yang baik untuk pasar. Harga saham dapat naik sebagai akibat dari keadaan ini, yang bisa meningkatkan nilai perusahaan.

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

Hasil uji hipotesis kelima (H5) membuktikan bahwa *corporate social responsibility* mampu mengurangi profitabilitas pada nilai perusahaan secara negatif. Maka hipotesis kelima (H5) 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. Hasil kajian ini bertolak belakang terhadap kajian sebelumnya yang dibuat oleh Winarso & Christina, (2019) dan Siregar *et al*, (2018) yang membuktikan bahwa *corporate social responsibility* bisa meminimalisir profitabilitas pada nilai perusahaan secara positif.

Kapasitas perusahaan dalam menghasilkan laba bersih melalui operasi sepanjang siklus akuntansi disebut sebagai profitabilitas. Profitabilitas bisa dijadikan faktor penting bagi investor ketika membuat pilihan investasi karena manajemen akan memperluas kepemilikan mereka sebab penerimaan dividen sebagai keuntungan yang kuat serta dapat membangkitkan keinginan investor untuk berinvestasi. Tak hanya itu, semakin besar dividen, semakin kecil pula pengeluaran modal.

#### **Pengaruh Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan dimoderasi *Corporate Social Responsibility***

Menurut temuan uji hipotesis keenam (H6), *corporate social responsibility* bisa melemahkan pengaruh likuiditas yang menguntungkan terhadap nilai perusahaan. Oleh karena itu, hipotesis keenam (H6) diterima. Korporasi mendapat perhatian dari masyarakat, khususnya investor, sebagai akibat dari inisiatif *corporate social responsibility*. Mereka mungkin tidak terlalu peduli dengan besarnya tingkat likuiditas perusahaan, namun jika perusahaan dapat menunjukkan komitmennya terhadap tanggung jawab sosial, investor akan memberikan nilai yang lebih tinggi padanya. Calon investor akan didorong untuk berinvestasi karena hal ini yang akan meningkatkan atau menurunkan nilai perusahaan. Hasil kajian tersebut sependapat pada kajian

sebelumnya oleh Leary, (2019) dan Rafid *et al*, (2021) yang membuktikan bahwa *corporate social responsibility* bisa mengurangi likuiditas dengan baik bagi nilai perusahaan.

Nilai pasar, atau nilai berdasarkan harga saham, sekuritas, ekuitas, dan hutang perusahaan yang beredar, disebut sebagai nilai perusahaan. Dengan kata lain, nilai bisnis adalah evaluasi umum perusahaan berdasarkan pendapat investor tentang nilai saham, ekuitas, dan pendapatan perusahaan yang beredar. Jika sebuah korporasi dapat mengoptimalkan kesejahteraan dan kesuksesan pemegang sahamnya, nilainya dapat meningkat. Akibatnya, untuk melakukan perubahan diperlukan lebih banyak data yang dapat menarik perhatian pemangku kepentingan dan meninggalkan citra yang baik pada pihak ketiga, khususnya publik dalam hal informasi tanggung jawab sosial dan lingkungan. (*Corporate social responsibility*).

#### **Pengaruh Leverage terhadap Nilai Perusahaan dimoderasi Corporate Social Responsibility**

Menurut temuan pengujian hipotesis ketujuh (H7), *Corporate social responsibility* tidak mampu mengontrol seberapa besar pengaruhnya terhadap nilai bisnis. Hipotesis ketujuh (H7) kemudian ditolak. Dimungkinkan untuk membatasi pelaporan *Corporate social responsibility* dengan tingkat leverage yang tinggi sehingga debtholders tidak menyadarinya. Ini tidak diragukan lagi mempengaruhi nilai perusahaan. Tingkat risiko yang diasumsikan oleh perusahaan meningkat bersamaan dengan jumlah hutang. Penggunaan utang yang tinggi serta diimbangi dengan penerapan CSR yang tinggi bisa merusak kemampuan bisnis untuk bersaing, yang akhirnya berdampak pada nilai perusahaan. (Putra & Sunarto, 2021).

Leverage mengacu pada metrik yang diadopsi dengan mengelola guna mengevaluasi hubungan antara modal yang disumbangkan oleh pemilik dan modal yang diperoleh dari pihak lain untuk tujuan pembiayaan jangka panjang. Istilah "*Corporate social responsibility*," biasa dikenal sebagai "triple bottom line," mengacu pada filosofi yang menekankan tanggung jawab bisnis pada proporsi faktor ekonomi, sosial, dan lingkungan. Temuan penelitian ini bertolak belakang terhadap penelitian sebelumnya oleh Wulandari & Wiksuana, (2017) dan Pertiwi & Chusnah, (2020), yang menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* mungkin mempunyai dampak positif yang terbatas pada nilai perusahaan.

#### **Pengaruh Aktivitas terhadap Nilai Perusahaan dimoderasi Corporate Social Responsibility**

Temuan uji hipotesis kedelapan (H8) memperlihatkan bahwa *corporate social responsibility* tidak mampu menahan tindakan yang mempengaruhi nilai bisnis. Hipotesis kedelapan (H8) dengan demikian ditolak. Untuk mengukur tingkat keberhasilan kegiatan operasi perusahaan secara keseluruhan, diperlukan kegiatan yang berkualitas. Praktik *corporate social responsibility* dimanfaatkan guna mendorong penjualan bisnis dengan ikut serta dalam berbagai inisiatif lingkungan dan sosial. Jika *corporate social responsibility* mampu menurunkan nilai perusahaan, hal ini membuktikan bahwa perusahaan menyerahkan sebagian keuntungannya untuk

mengadopsi CSR. Untuk mempromosikan program corporate social responsibility secara tepat sejalan dengan kegiatan bisnis (Safitri *et al.*, 2018).

Rasio aktivitas diterapkan guna menghitung berapa banyak aktivitas perusahaan yang digunakan versus penjualan selama periode waktu tertentu. Salah satu elemen yang mempengaruhi tingkat pengembalian portofolio adalah alokasi aset. Alokasi aset adalah komponen investasi yang sangat penting karena berhasil melatih individu dalam jangka panjang untuk mengidentifikasi bahaya yang dapat mereka tanggung dari waktu ke waktu dan berhenti melakukan penyesuaian pada pilihan investasi mereka sebagai respons terhadap fluktuasi situasi keuangan mereka. Temuan penelitian ini bertolak belakang pada penelitian sebelumnya oleh Jihadi *et al.* (2021) dan Santosa, (2020), yang menunjukkan kemampuan CSR untuk menahan perilaku yang berdampak negatif terhadap nilai bisnis.

### KESIMPULAN

Mengacu pada hasil pembahasan sebelumnya, didapatkan hasil profitabilitas mempengaruhi nilai positif bagi perusahaan. Likuiditas memberikan pengaruh buruk pada nilai perusahaan. *Leverage* tidak mempunyai pengaruh pada nilai perusahaan. Aktivitas tidak mempengaruhi nilai perusahaan. *Corporate social responsibility* bisa meminimalisir profitabilitas atas nilai perusahaan secara negatif. *Corporate social responsibility* bisa meminimalisir likuiditas bagi nilai perusahaan secara positif. *Corporate social responsibility* tidak berkemampuan dalam meminimalisir *leverage* terhadap nilai perusahaan. *Corporate social responsibility* tidak berkemampuan dalam meminimalisir aktivitas terhadap nilai perusahaan.

Kajian ini terdapat keterbatasan yaitu peneliti hanya meneliti profitabilitas, likuiditas, *leverage*, serta operasi pada nilai perusahaan. Sampel yang dipakai yakni perusahaan saham LQ45 yang diambil melalui Bursa Efek Indonesia selama 5 periode yaitu 2016 sampai 2020. Dari keterbatasan yang muncul akibatnya saran bagi peneliti berikutnya agar memperluas variabel bebas lainnya yang mampu menunjukkan pengaruh pada nilai perusahaan dan atau mengganti variabel moderasi yang berbeda dan menggunakan periode dengan rentang waktu dan pengukuran yang berbeda. Implikasi manajerial pada penelitian ini untuk perusahaan diharapkan untuk lebih seksama dalam memperoleh keputusan terkait nilai perusahaan serta diharapkan dapat meningkatkan kualitas informasi dengan menyediakan data yang relevan.

---

ORIGINALITY REPORT

---

15%

SIMILARITY INDEX

13%

INTERNET SOURCES

11%

PUBLICATIONS

4%

STUDENT PAPERS

---

PRIMARY SOURCES

---

- |   |   |     |
|---|---|-----|
| 1 | <a href="http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id">jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id</a><br>Internet Source   | 2%  |
| 2 | Ida Bagus Anom Purbawangsa, Solimun Solimun, Adji Achmad Reinaldo Fernandes, Sri Mangesti Rahayu. "Corporate governance, corporate profitability toward corporate social responsibility disclosure and corporate value (comparative study in Indonesia, China and India stock exchange in 2013-2016)", Social Responsibility Journal, 2019<br>Publication | 1%  |
| 3 | <a href="http://repositori.usu.ac.id">repositori.usu.ac.id</a><br>Internet Source   | 1%  |
| 4 | <a href="http://www.researchgate.net">www.researchgate.net</a><br>Internet Source   | 1%  |
| 5 | <a href="http://repository.radenintan.ac.id">repository.radenintan.ac.id</a><br>Internet Source   | 1%  |
| 6 | Submitted to Universitas Diponegoro<br>Student Paper  | <1% |
- 

[ojs.unida.ac.id](http://ojs.unida.ac.id)

7	Internet Source	<1 %
8	repository.untar.ac.id Internet Source	<1 %
9	eprints.ubhara.ac.id Internet Source	<1 %
10	eprints.umk.ac.id Internet Source	<1 %
11	repository.untag-sby.ac.id Internet Source	<1 %
12	media.neliti.com Internet Source	<1 %
13	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	<1 %
14	Elyana Putri Nur Fitri, Tantina Haryati. "Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan", Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah, 2022 Publication	<1 %
15	Putri Novika Setiawati, Anggita Langgeng Wijaya. "PENGARUH KINERJA KEUANGAN DAN KOMITE AUDIT TERHADAP NILAI PERUSAHAAN BUMN DI BURSA EFEK INDONESIA", Kompartemen : Jurnal Ilmiah Akuntansi, 2023	<1 %

---

16	Submitted to Universitas Muhammadiyah Surakarta Student Paper	<1%
17	Submitted to Universitas Putera Batam Student Paper	<1%
18	<a href="http://eprints.umm.ac.id">eprints.umm.ac.id</a> Internet Source	<1%
19	<a href="http://id.scribd.com">id.scribd.com</a> Internet Source	<1%
20	Annisa Juliartha Maharani, Roswaty Roswaty, Endah Dewi Purnamasari. "Pengaruh Return on Asset dan Debt to Equity Ratio Terhadap Nilai Perusahaan Subsektor Makanan dan Minuman di Bursa Efek Indonesia", Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Ekonomi, 2021 Publication	<1%
21	Dadan Ramdhani, Destri Nur Hasanah, Akbar Maulana Pujangga, Didi Ahdiat. "Pengaruh Corporate Social Responsibility, Leverage, Inventory Intensity, dan Koneksi Politik Terhadap Agresivitas Pajak Pada Perusahaan Sektor Property dan Real Estate di Bursa Efek Indonesia", STATERA: Jurnal Akuntansi dan Keuangan, 2022 Publication	<1%

---

[jom.untidar.ac.id](http://jom.untidar.ac.id)

22	Internet Source	<1%
23	journal.ikopin.ac.id Internet Source	<1%
24	Tesa Hikmatia R, Mukhzarudfa, Wiralestari. "Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan Sustainability Report Berdasarkan Global Reporting Initiative (GRI) G4 Sebagai Variabel Intervening", Jurnal Akuntansi & Keuangan Unja, 2019 Publication	<1%
25	Submitted to Universitas Pendidikan Indonesia Student Paper	<1%
26	adoc.tips Internet Source	<1%
27	prin.or.id Internet Source	<1%
28	repository.unim.ac.id Internet Source	<1%
29	journal.stie-yppi.ac.id Internet Source	<1%
30	jurnal.darmajaya.ac.id Internet Source	<1%

**31** Namira Ufrida Rahmi, Vandystio Danantho. <1%  
"Pengaruh corporate social responsibility, capital expenditure, keputusan investasi dan leverage terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor consumer goods yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2019", Owner, 2022  
Publication

---

**32** Submitted to Sriwijaya University <1%  
Student Paper

---

**33** Syarifuddin Nursyamsu, Syamsul Bachri Daeng Parani, Suryadi Hadi. "PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP REPURCHASE INTENTION HANDPHONE MEREK SAMSUNG KEPADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERISTAS TADULAKO DI KOTA PALU", Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako (JIMUT), 2015 <1%  
Publication

---

**34** docobook.com <1%  
Internet Source

---

**35** jurnal.unissula.ac.id <1%  
Internet Source

---

**36** lovelymissa.wordpress.com <1%  
Internet Source

---

**37** www.scribd.com <1%  
Internet Source

---

**38** Buono Aji Santoso, Irawati Junaeni. "Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, Likuiditas, dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan", Owner, 2022

Publication

<1%

---

**39** Deasy Arisandy Aruan, Posma Chrisna Vany Yola Sitorus, Mayang Putri Br. Sinaga, Novita Sari. "Pengaruh ukuran perusahaan, leverage, aktivitas, likuiditas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI Tahun 2016-2019", Jurnal Paradigma Ekonomika, 2022

Publication

<1%

---

**40** Maychael Maychael, Dewi Cahyani Pangestuti. "Peran Manajemen Risiko Dalam Memoderasi Rasio Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan", Owner, 2022

Publication

<1%

---

**41** Tania Ivanna A. Tanto, Aaron M. A. Simanjuntak, Bill J.C Pangayow. "PENGARUH KEPUTUSAN INVESTASI, KEPUTUSAN PENDANAAN DAN KEBIJAKAN DEVIDEN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN", JURNAL AKUNTANSI DAN KEUANGAN DAERAH, 2020

Publication

<1%

---

**42** Submitted to Universitas Pelita Harapan  
Student Paper

<1%

---

43	<a href="http://epub.imandiri.id">epub.imandiri.id</a> Internet Source	<1%
44	<a href="http://erepo.unud.ac.id">erepo.unud.ac.id</a> Internet Source	<1%
45	<a href="http://journal.uwks.ac.id">journal.uwks.ac.id</a> Internet Source	<1%
46	<a href="http://repository.fe.unj.ac.id">repository.fe.unj.ac.id</a> Internet Source	<1%
47	<a href="http://repository.ibs.ac.id">repository.ibs.ac.id</a> Internet Source	<1%
48	<p>Esty Octesy, Mukhzarudfa Mukhzarudfa, Wiralestari Wiralestari. "FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NILAI PERUSAHAAN DIMODERASI OLEH PERTUMBUHAN LABA PADA PERUSAHAAN PERBANKAN YANG TERCATAT DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2015-2019", Jurnal Akuntansi &amp; Keuangan Unja, 2021</p> Publication	<1%
49	<p>Muthyah Ainunsary Mustafa, Cacik Rut Damayanti, Ferina Nurlaily. "THE EFFECT OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AND INTELLECTUAL CAPITAL ON FIRM VALUE WITH PROFITABILITY AS INTERVENING VARIABLE", Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis, 2020</p> Publication	<1%

---

50	123dok.com Internet Source	<1%
51	jurnal.unidha.ac.id Internet Source	<1%
52	lib.ibs.ac.id Internet Source	<1%

---

---

Exclude quotes    Off                      Exclude matches    Off  
Exclude bibliography    On