

BAB IV ANALISIS DATA

Bab ini menjelaskan gambaran hasil penelitian mengenai hipotesis dengan pembahasan pada bagian akhir. Penelitian ini menggunakan SPSS versi 22.0. Adapun penjelasan hasil penelitian dan pembahasan masing-masing hipotesis adalah sebagai berikut :

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

Perusahaan yang dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI). Tahun penelitian mencakup data pada tahun 2013 sampai dengan 2015, hal ini dimaksudkan agar hasil penelitian lebih menggambarkan kondisi saat ini. Berdasarkan pada metode *purposive sampling* diperoleh 143 data perusahaan manufaktur yang memenuhi kriteria untuk dijadikan sampel penelitian pada model penelitian pertama.

Berikut rincian proses pengambilan sampel dapat dilihat pada Tabel 4.1 :

Tabel 4.1
Proses Pengambilan Sampel

No	Keterangan	Jumlah Perusahaan	Jumlah Data
1.	Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2013- 2015	143	429
2.	Perusahaan yang tidak mengungkapkan CSR dalam laporan tahunan secara berturut-turut selama periode pengamatan tahun 2013-2015	(15)	(45)
3.	Perusahaan yang tidak menerbitkan laporan keuangan secara lengkap selama tahun 2013-2015	(46)	(138)
4.	Jumlah perusahaan yang dijadikan sampel	82	246
5.	Data yang <i>outlier</i> (Model 1)	(8)	(24)
6.	Total perusahaan yang dijadikan sampel	74	222
7.	Data yang <i>outlier</i> (Model 2)	0	0
Total Sampel		74	222

B. Uji Kualitas Data

1. Uji Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif disajikan dalam Tabel 4.2 dan Tabel 4.3

sebagai berikut :

Tabel 4.2
Statistik Deskriptif
Model Penelitian 1

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Profitabilitas	222	,00	,35	,0577	,06369
UP	222	,00	30,84	17,6946	5,64262
NP	222	,07	9,11	1,7866	1,94060
CSR	222	,01	,32	,1238	,07475
Valid N (listwise)	222				

Model penelitian pertama menjelaskan hubungan pengaruh antara variabel profitabilitas, ukuran perusahaan dan *corporate social responsibility* dengan variabel nilai perusahaan. Tabel 4.2 menunjukkan bahwa jumlah pengamatan pada model penelitian pertama adalah sebanyak 222 sampel. Adapun hasil statistik deskriptif adalah sebagai berikut: variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki nilai minimum sebesar 0,01 ; nilai maksimum sebesar 0,32 nilai rata-rata (*mean*) sebesar 0,1238 dan standar deviasi sebesar 0,07475.

Variabel Profitabilitas memiliki nilai minimum sebesar 0,00; nilai maksimum sebesar 0,35; nilai rata-rata (*mean*) sebesar 0,0577; dan nilai standar deviasi sebesar 0,06369.

Variabel Ukuran Perusahaan (UP) memiliki nilai minimum sebesar 0,00; nilai maksimum sebesar 30,84; nilai rata-rata (*mean*) sebesar 17,6946; dan nilai standar deviasi sebesar 5,64262.

Variabel Nilai Perusahaan (NP) memiliki nilai minimum sebesar 0,07; nilai maksimum sebesar 9,11 nilai rata-rata (*mean*) sebesar 1,7866; dan nilai standar deviasi sebesar 1,94060.

Tabel 4.3
Statistik Deskriptif
Model Penelitian 2

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
PROF _x CSR	222	.00	.09	.0081	.01239
UP _x CSR	222	.00	8.62	2.2896	1.67299
Valid N (listwise)	222				

Model penelitian kedua menjelaskan hubungan pengaruh antara variabel profitabilitas, ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan variabel *corporate social responsibility* sebagai moderasi. Tabel 4.2 menunjukkan bahwa jumlah pengamatan pada model penelitian kedua adalah sebanyak 222 sampel. Adapun hasil statistik deskriptif adalah sebagai berikut: variabel Profitabilitas dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai moderasi memiliki nilai minimum sebesar 0,00 ; nilai maksimum sebesar 0,09 nilai rata-rata (*mean*) sebesar 0,081 dan standar deviasi sebesar 0,01239.

Variabel Ukuran Perusahaan (UP) dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai moderasi memiliki nilai minimum sebesar 0,00; nilai maksimum sebesar 8,62; nilai rata-rata (*mean*) sebesar 2,2896; dan nilai standar deviasi sebesar 1,6729.

C. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Hasil pengujian normalitas disajikan pada Tabel 4.4 dan Tabel 4.5 sebagai berikut :

Tabel 4.4
Hasil Uji Normalitas
Model Penelitian 1
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		222
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,67035216
Most Extreme Differences	Absolute	,182
	Positive	,182
	Negative	-,117
Test Statistic		,182
Asymp. Sig. (2-tailed)		,000^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan uji normalitas yang dilakukan dengan One Sample Kolmogorov-Smirnov didapatkan hasil bahwa nilai Asymp. Sig (2-tailed) sebesar $0,000 < \alpha (0,05)$. Sehingga dapat disimpulkan data pada model penelitian pertama tidak berdistribusi normal. Namun hasil

data tersebut tetap dapat digunakan untuk menguji hipotesis karena jumlah data dalam penelitian lebih dari 100 data sehingga asumsi normalitas bukan sesuatu yang penting untuk data yang lebih dari 100, data tetap diasumsikan normal. (Gujarati dan Dawn, 2004).

Tabel 4.5
Hasil Uji Normalitas
Model Penelitian 2

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		222
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,66714530
	Most Extreme Differences	Absolute
	Positive	,184
	Negative	-,143
Test Statistic		,184
Asymp. Sig. (2-tailed)		,000^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan uji normalitas yang dilakukan dengan One Sample Kolmogorov-Smirnov didapatkan hasil bahwa nilai Asymp. Sig (2-tailed) sebesar $0,000 < \alpha (0,05)$. Sehingga dapat disimpulkan data pada model penelitian 2 tidak berdistribusi normal. Namun hasil data tersebut tetap dapat digunakan untuk menguji hipotesis karena jumlah data dalam penelitian lebih dari 100 data sehingga asumsi normalitas bukan sesuatu yang penting untuk data

yang lebih dari 100, data tetap diasumsikan normal. (Gujarati dan Dawn, 2004).

2. Uji Autokorelasi

Hasil uji autokorelasi pada penelitian ini dapat dilihat pada

Tabel 4.6 dan Tabel 4.7 sebagai berikut :

Tabel 4.6
Hasil Uji Autokorelasi
Model Penelitian 1
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,509 ^a	,259	,249	1,68181	1,806

a. Predictors: (Constant), CSR, Profitabilitas, UP

b. Dependent Variable: NP

Berdasarkan pada hasil analisis untuk semua variabel pada model penelitian, diperoleh nilai Durbin-Watson (DW) sebesar 1,806. Nilai tersebut telah memenuhi asumsi $dU < dW < 4-dU$ ($1,797 < 1,806 < 2,203$). Sehingga dapat disimpulkan data tidak terkena autokolerasi.

Tabel 4.7
Hasil Uji Autokorelasi
Model Penelitian 2
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,512 ^a	,262	,255	1,67474	1,852

a. Predictors: (Constant), UPxCSR, PROFxCSR

a. Dependent Variable: NP

Berdasarkan pada hasil analisis untuk semua variabel yang terdapat pada model penelitian kedua, diperoleh nilai Durbin-Watson (DW) sebesar 1,852. Nilai tersebut telah memenuhi asumsi $dU < dW < 4-dU$, model Indonesia ($1,788 < 1,852 < 2,212$) menunjukkan tidak adanya autokorelasi. Sehingga dapat disimpulkan data pada model penelitian kedua tidak terkena autokorelasi.

3. Uji Multikolinieritas

Hasil uji multikolinieritas pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 4.8 dan Tabel 4.9 sebagai berikut :

Tabel 4.8
Hasil Uji Multikolinieritas
Model Penelitian 1
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	,492	,398		1,234	,219		
Profitabilitas	13,648	1,824	,448	7,480	,000	,948	1,055
UP	-,001	,021	-,004	-,067	,947	,936	1,069
CSR	4,300	1,600	,166	2,688	,008	,895	1,117

a. Dependent Variable: NP

Tabel 4.8 menunjukkan nilai *variance inflation factor* (VIF) dari setiap variabel independen yang ada pada model penelitian pertama. Berdasarkan pada hasil analisis, nilai *variance inflation factor*

(VIF) setiap variabel independen yaitu Profitabilitas memiliki nilai *variance inflation factor* (VIF) sebesar 1,055, Ukuran Perusahaan (UP) sebesar 1,069 dan variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebesar 1,117. Nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dari setiap variabel independen < 10 , sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas.

Tabel 4.9
Hasil Uji Multikolinieritas
Model Penelitian 2
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1,256	,191		6,584	,000		
PROF _x CSR	84,298	10,467	,538	8,053	,000	,754	1,326
UP _x CSR	-,068	,078	-,059	-,876	,382	,754	1,326

a. Dependent Variable: NP

Tabel 4.9 menunjukkan nilai *variance inflation factor* (VIF) dari setiap variabel independen yang ada pada model penelitian kedua. Berdasarkan pada hasil analisis, nilai *variance inflation factor* (VIF) setiap variabel independen yaitu Profitabilitas dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai moderasi memiliki nilai *variance inflation factor* (VIF) sebesar 1,326, dan Ukuran Perusahaan (UP) dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai moderasi sebesar 1,326. Nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dari setiap

variabel independen < 10 , sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas pada penelitian kedua.

4. Uji Heteroskedastisitas

Hasil uji heteroskedastisitas pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 4.10 dan Tabel 4.11 sebagai berikut :

Tabel 4.10
Hasil Uji Heteroskedastisitas
Model Penelitian 1
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1,164	,236		4,933	,000		
Profitabilitas	-,847	1,016	-,063	-,833	,406	,965	1,036
UP	-,011	,012	-,067	-,865	,388	,933	1,072
CSR	,318	,865	,029	,368	,714	,904	1,106

a. Dependent Variable: ABS_RES

Berdasarkan Tabel 4.10 didapatkan hasil bahwa nilai signifikansi dari masing-masing variabel independen pada model penelitian yang pertama lebih besar dari alpha (0,05). Profitabilitas sebesar 0,406; Ukuran Perusahaan (UP) sebesar 0,388; dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebesar 0,714.

Berdasarkan hasil analisis diatas maka dapat disimpulkan model penelitian pertama data tidak terkena heteroskedastisitas. Hal

tersebut dapat dibuktikan dengan nilai signifikansi setiap variabel independen yang memiliki nilai signifikansi $>$ alpha (0,05).

Tabel 4.11
Hasil Uji Heteroskedastisitas
Model Penelitian 2
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	,417	,704		,593	,554		
LN_PCSR	,170	,112	,125	1,518	,131	,803	1,245
LN_UCSR	,134	,221	,050	,605	,546	,803	1,245

a. Dependent Variable: LNEI2

Berdasarkan Tabel 4.11 didapatkan hasil bahwa nilai signifikansi dari masing-masing variabel independen pada model penelitian yang kedua lebih besar dari alpha (0,05). Profitabilitas dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai moderasi sebesar 0,131; dan Ukuran Perusahaan (UP) dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai moderasi sebesar 0,546.

Berdasarkan hasil analisis diatas maka dapat disimpulkan model penelitian kedua data tidak terkena heteroskedastisitas. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan nilai signifikansi setiap variabel independen yang memiliki nilai signifikansi $>$ alpha (0,05).

D. Hasil Penelitian (Uji Hipotesis)

1. Uji Koefisien Determinasi (*adjusted R²*)

Hasil uji koefisien determinasi dalam penelitian ini ditunjukkan pada Tabel 4.12 dan Tabel 4.13 sebagai berikut :

Tabel 4.12
Hasil Uji Koefisien Determinasi (*adjusted R²*)
Model Penelitian 1
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,509 ^a	,259	,249	1,68181	1,806

a. Predictors: (Constant), CSR, Profitabilitas, UP

b. Dependent Variable: NP

Tabel 4.12 menggambarkan besarnya koefisien determinasi regresi sederhana (*R Square*) pada model penelitian yang pertama. Berdasarkan pada Tabel 4.12, diperoleh hasil bahwa nilai koefisien determinasi regresi berganda (*Adjusted R²*) adalah sebesar 0,249 atau 24,90%, hal ini mengindikasikan bahwa Nilai Perusahaan mampu dijelaskan sebesar 24,90% oleh CSR, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan. Sedangkan sisanya yaitu sebesar 75,10% (100%-24,90%) dijelaskan oleh variabel lain diluar model penelitian pertama.

Tabel 4.13
Hasil Uji Koefisien Determinasi (*adjusted R²*)
Model Penelitian 2
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,512 ^a	,262	,255	1,67474	1,852

a. Predictors: (Constant), UPxCSR, PROFxCSR

b. Dependent Variable: NP

Tabel 4.13 menggambarkan besarnya koefisien determinasi regresi sederhana (*R Square*) pada model penelitian yang kedua. Berdasarkan pada Tabel 4.13, diperoleh hasil bahwa nilai koefisien determinasi regresi sederhana (*R Square*) pada model penelitian kedua adalah 0,262 atau 26,20% hal ini mengindikasikan bahwa Nilai Perusahaan hanya mampu menjelaskan sebesar 26,20% oleh profitabilitas dan ukuran perusahaan. Sedangkan sisanya yaitu sebesar 73,80% (100%-26,20%) dijelaskan oleh variabel lain diluar model penelitian.

2. Uji Pengaruh Simultan (Uji F)

Hasil uji F dalam penelitian ini ditunjukkan pada Tabel 4.14 dan Tabel 4.15 sebagai berikut :

Tabel 4.14
Hasil Uji Pengaruh Simultan (Uji F)
Model Penelitian 1
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	215,665	3	71,888	25,416	,000^b
Residual	616,607	218	2,828		
Total	832,272	221			

a. Dependent Variable: NP

b. Predictors: (Constant), CSR, Profitabilitas, UP

Berdasarkan hasil analisis yang disajikan dalam Tabel 4.14 dapat diketahui bahwa nilai F sebesar 25,416 dengan nilai signifikan

sebesar $0,000 < \alpha (0,05)$. Maka, variabel independen yang ada pada model penelitian yaitu *Corporate Social Responsibility (CSR)*, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan memiliki pengaruh signifikan secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel dependen yaitu Nilai Perusahaan.

Tabel 4.15
Hasil Uji Pengaruh Simultan (Uji F)
Model Penelitian 2
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	218,031	2	109,015	38,868	,000 ^b
	Residual	614,242	219	2,805		
	Total	832,272	221			

a. Dependent Variable: NP

b. Predictors: (Constant), UPxCSR, PROFxCSR

Berdasarkan hasil analisis yang disajikan dalam Tabel 4.15 dapat diketahui bahwa nilai F sebesar 38,868 dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < \alpha (0,05)$. Maka, variabel independen yang ada pada model penelitian yaitu CSR, profitabilitas dan ukuran perusahaan memiliki pengaruh signifikan secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel dependen yaitu Nilai Perusahaan.

3. Uji *t*

Hasil uji *t* dalam penelitian ini ditunjukkan pada Tabel 4.16 dan Tabel 4.17 sebagai berikut

Tabel 4.16
Hasil Uji *t*
Model Penelitian 1
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1(Constant)	,492	,398		1,234	,219		
Profitabilitas	13,648	1,824	,448	7,480	,000	,948	1,055
UP	-,001	,021	-,004	-,067	,947	,936	1,069
CSR	4,300	1,600	,166	2,688	,008	,895	1,117

a. Dependent Variable: NP

Tabel 4.17
Hasil Uji *t*
Model Penelitian 2
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	1,256	,191		6,584	,000		
PROF _x CSR	84,298	10,467	,538	8,053	,000	,754	1,326
UP _x CSR	-,068	,078	-,059	-,876	,382	,754	1,326

a. Dependent Variable: NP

Berdasarkan pengujian pada tabel 4.16 dan tabel 4.17 dapat dirumuskan model regresi sebagai berikut :

$$NP = 0,492 + 13,648ROA + -0,001SIZE + 4,300CSR + e \quad (1)$$

$$NP = 1,256 + 84,298 ROA.CSR + -0,068 SIZE.CSR + e \quad (2)$$

Hasil pengujian terhadap hipotesis-hipotesis penelitian adalah sebagai berikut :

a. Profitabilitas dan Nilai Perusahaan

Tabel 4.16 menunjukkan bahwa variabel Profitabilitas memiliki nilai koefisien regresi sebesar 13,648 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < \alpha (0,05)$. Berdasarkan nilai koefisien regresi dan nilai signifikansi tersebut, maka Profitabilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian hipotesis satu (H_1) dinyatakan **diterima**.

b. Ukuran Perusahaan dan Nilai Perusahaan

Berdasarkan Tabel 4.16, variabel Ukuran Perusahaan (UP) memiliki nilai koefisien regresi sebesar -0,001 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,947 > \alpha (0,05)$, maka Persentase Ukuran Perusahaan memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Dengan demikian hipotesis dua (H_2) dinyatakan **ditolak**.

c. *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Nilai Perusahaan

Tabel 4.16 menunjukkan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki nilai koefisien regresi sebesar 4,300 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,008 < \alpha (0,05)$. Berdasarkan nilai koefisien regresi dan nilai signifikansi tersebut, maka *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian CSR dapat digunakan sebagai variabel moderasi.

d. Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel Moderasi

Tabel 4.17 menunjukan bahwa variabel Profitabilitas dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel moderasi memiliki nilai koefisien regresi sebesar 84,298 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < \alpha (0,05)$. Berdasarkan nilai koefisien regresi dan nilai signifikansi tersebut, maka Profitabilitas dengan CSR sebagai variabel moderasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian hipotesis satu (H_3) dinyatakan **diterima**.

e. Ukuran Perusahaan (UP) Terhadap Nilai Perusahaan dengan CSR sebagai Variabel Moderasi

Berdasarkan Tabel 4.17, menunjukan variabel Ukuran Perusahaan (UP) dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel moderasi memiliki nilai koefisien regresi sebesar -

0,068 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,382 > \alpha (0,05)$, maka Persentase Ukuran Perusahaan dengan CSR sebagai variabel moderasi memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Dengan demikian hipotesis dua (H_4) dinyatakan **ditolak**.

Tabel 4.18

Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis

Kode	Hipotesis	Hasil
H ₁	Profitabilitas berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan	Diterima
H ₂	Ukuran Perusahaan berpengaruh negative terhadap Nilai Perusahaan	Ditolak
H ₃	Profitabilitas dengan <i>Corporate Social Responsibility</i> sebagai variabel moderasi berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan	Diterima
H ₄	Ukuran Perusahaan (UP) Terhadap Nilai Perusahaan dengan CSR sebagai Variabel Moderasi	Ditolak

E. Pembahasan

1. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil pengujian hipotesis pertama menyatakan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Terdukungnya hipotesis pertama mengindikasikan bahwa profitabilitas yang tinggi menunjukkan prospek perusahaan yang baik

sehingga akan mendapatkan respon yang positif dari para investor dan nilai perusahaan akan meningkat.

Menurut Sudarma (2004) dalam Lifessy (2011), profitabilitas dapat mencerminkan keuntungan dari investasi keuangan, yang artinya profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena sumber internal yang semakin). Semakin baik pertumbuhan profitabilitas suatu perusahaan, hal itu berarti prospek perusahaan di masa depan dinilai semakin baik pula, dimana nilai perusahaan juga akan dinilai semakin baik di mata para investor. Menurut Husnan (2005), apabila kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba meningkat, maka harga saham juga akan meningkat. Dengan begitu, analisis profitabilitas ini memiliki pengaruh yang sangat besar bagi para investor dan karena itulah maka perusahaan berupaya keras dalam memaksimalkan sumber daya yang ada untuk mencapai profit yang ditargetkan oleh perusahaan guna memaksimalkan kemakmuran bagi para pemegang saham.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Santika dan Kusuma (2002), Kesuma (2009), Hermuningsih (2013), serta Susanti dan Santoso (2011) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

2. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil pengujian hipotesis kedua menyatakan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Tidak diterimanya hipotesis kedua ini diduga karena, apabila perusahaan memiliki *total asset* yang besar, maka pihak manajemen akan lebih leluasa dalam mempergunakan asset yang ada di perusahaan tersebut (Analisa, 2011).

Kebebasan yang dimiliki oleh manajemen ini sebanding dengan kekhawatiran yang dilakukan oleh pemilik atas asetnya. Sehingga apabila jumlah asset yang besar akan menurunkan nilai perusahaan jika dinilai dari sisi pemilik perusahaan. Namun masih terdapat *research gap* dimana diperoleh hasil bahwa ukuran perusahaan belum tentu memengaruhi investor untuk berinvestasi. Masih terdapat faktor lain yang memengaruhi keputusan investor dalam menilai suatu perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Gill dan Marthur (2011) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh yang negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan manufaktur di Kanada. Dan juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Naceur dan Goaid (2002) dimana penelitian menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

3. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Sebagai Variabel Moderasi

Hasil pengujian hipotesis ketiga menyatakan bahwa profitabilitas dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel moderasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini berarti *Corporate Social Responsibility* (CSR) mampu memperkuat pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Terdukungnya hipotesis ketiga ini mengindikasikan bahwa perusahaan yang menerapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berharap akan dapat respon yang positif dari para pelaku pasar seperti investor dan kreditur, dimana yang nantinya itu akan dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dahli dan Siregar (2008). Seperti pendapat yang diungkapkan Bowman & Haire (1976) dan Preston (1978) dalam Hackston & Milne (1996) dalam Anggraini (2006), menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pula pengungkapan informasi sosial yang dilakukan perusahaan yang akan meningkatkan nilai perusahaan.

4. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Sebagai Variabel Moderasi

Hasil pengujian hipotesis keempat menyatakan bahwa ukuran perusahaan dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel moderasi memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini berarti *Corporate Social Responsibility* (CSR) memperlemah pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

Tidak diterimanya hipotesis ke empat ini peneliti menduga bahwa, pemegang saham akan lebih fokus ke program sosial apabila perusahaan tersebut telah tergolong ke dalam perusahaan besar. Menurut Cowen et al. (1987) dalam Sembiring (2005) menyatakan bahwa perusahaan yang lebih besar dengan aktivitas operasi dan pengaruh yang lebih besar terhadap masyarakat akan memiliki pemegang saham yang mungkin memperhatikan program sosial yang dibuat perusahaan, oleh karena itu laporan tahunan akan digunakan untuk menyebarkan informasi tentang tanggungjawab sosial perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Puspitasari (2012) yang menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak mampu memoderasi ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.