

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014 – 2015. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* yang sudah ditentukan kriterianya dalam penelitian dalam bab 3. Berdasarkan metode penelitian tersebut, maka diperoleh sample sebanyak 52 perusahaan dan 97 observasi. Adapun prosedur dalam pemilihan sample sebagai berikut :

Tabel 4.1

Prosedur Pemilihan Sampel perusahaan manufaktur

| No | Kriteria Sample | Tahun | |
|----|--|-------|------|
| | | 2014 | 2015 |
| 1 | Perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek indonesia periode 2014 – 2015. | 131 | 131 |
| 2 | Perusahaan manufaktur yang mengalami kerugian selama periode 2014 – 2015. | (40) | (40) |
| 3 | Perusahaan manufaktur yang memberikan informasi tidak lengkap sesuai yang dibutuhkan peneliti periode 2014 – 2015. | (2) | (7) |
| 4 | Perusahaan manufaktur yang menggunakan mata uang asing dalam annual report periode 2014 – 2015. | (14) | (14) |
| 5 | Perusahaan manufaktur yang tidak menerapkan <i>Corporate Social Responsibility</i> periode 2014 – 2015. | (29) | (19) |
| 6 | Total sampel | 48 | 53 |
| 7 | Data outlier | (11) | |
| 8 | Jumlah data sample yang diolah | 97 | |

B. Hasil Penelitian (Uji Hipotesis)

1. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk memberikan informasi mengenai variabel – variabel penelitian yaitu profitabilitas, ukuran perusahaan, nilai perusahaan dan *Corporate Social Responsibility*. Data yang dilihat adalah jumlah data, nilai minimum, nilai maksimum, nilai rata – rata (*mean*), nilai tengah (Median) dan standar deviasi (Ghozali, 2011). Adapun nilai statistic deskriptif dari varibael penelitian disajikan dalam table 4.2, sebagai berikut :

Tabel 4.2

Analisis Statistik Deskriptif

| Variabel | Jumlah Sampel | Min | Maks | <i>Mean</i> | <i>Median</i> | <i>Std. Deviation</i> |
|----------|---------------|----------|-----------|-------------|---------------|-----------------------|
| ROA | 97 | 0.000760 | 0.2726670 | 0.080116 | 0.071980 | 0.061141 |
| SIZE | 97 | 24.25884 | 32.15098 | 28.28432 | 28.20378 | 1.708374 |
| PBV | 97 | 0.080710 | 13.66052 | 2.190370 | 1.257190 | 2.247579 |
| CSR | 97 | 0.088610 | 0.481010 | 0.247814 | 0.240510 | 0.103545 |

Sumber : Output data dari Eviews 7

Tabel statistik diatas memberikan informasi mengenai nilai minimum, maksimum, nilai rata – rata (*mean*), median dan standar deviasi. Jumlah pengamatan dalam penelitian adalah 97 sampel. Variabel Profitabilitas yang diukur dengan ROA (*Return On Asset*) memiliki nilai minimum sebesar 0.000760 dan nilai maksimum sebesar 0.272670.

Sedangkan nilai rata – rata (*mean*) adalah 0.080116 dan nilai median sebesar 0.071980 dengan nilai standar deviasi adalah 0.061141.

Variabel Ukuran Perusahaan yang diukur dengan Total aset memiliki nilai minimum sebesar 24.25884 dan nilai maksimum sebesar 32.15098. Sedangkan nilai rata – rata (*mean*) adalah 28.28432 dan nilai median sebesar 28.20378 dengan nilai *standar deviation* adalah 1.708374. Variabel Nilai Perusahaan yang diukur dengan PBV (*Price Book Value*) memiliki nilai minimum sebesar 0.080710 dan nilai maksimum sebesar 13.66052. Sedangkan nilai rata – rata (*mean*) adalah 2.190370 dan nilai median sebesar 1.257190 dengan nilai *standar deviation* adalah 2.247579. Variabel *Corporate Social Responsibility* memiliki nilai minimum sebesar 0.088610 dan nilai maksimum sebesar 0.481010. Sedangkan nilai rata – rata (*mean*) adalah 0.247814 dan nilai median sebesar 0.240510. Nilai *standar deviation* sebesar 0.103545.

2. Uji Asumsi Klasik

Pengujian yang digunakan dalam penelitian adalah model regresi linier berganda, maka masalah yang terjadi tidak lepas dari uji Heteroskedastisitas, Autokorelasi, dan Multikolinearitas. Berikut adalah hasil 3 uji tersebut :

a. Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan

ke pengamatan lain (Ghozali, 2011). Penelitian ini menggunakan uji Glejser untuk menguji heteroskedastisitas. Setelah dilakukan ujiasumsi klasik, terjadi heterokedastisitas. Oleh karena itu, maka dilakukan pembobotan Variance pada variabel ROA. Berikut adalah tabel hasil uji heterokedastisitas sebelum dilakukan pembobotan :

Tabel 4.3
Uji Heteroskedastisitas : Glejser sebelum dilakukan
pembobotan

| | |
|--------------------|----------------------------|
| <i>F-Statistic</i> | 14.43458 |
| Prob. F (3,93) | 0.0000 |
| Keterangan | Terjadi Heterokedastisitas |

Variabel dependen : Nilai Perusahaan

Dari hasil uji heterokedastisitas diatas, terlihat bahwa nilai Prob. F sebesar $0,0000 < 0,05$ yang menunjukkan bahwa model tersebut mengalami gejala heterokedastisitas. Oleh karena itu, penulis memutuskan untuk melakukan pembobotan pada variabel ROA, dan hasil setelah pembobotan adalah sebagai berikut :

Tabel 4.4

**Uji Heteroskedastisitas : Glejser setelah dilakukan
pembobotan**

| | |
|--------------------|--------------------------------------|
| <i>F-Statistic</i> | 1.709964 |
| Prob. F (3,93) | 0.1703 |
| Keterangan | Tidak terjadi Heteroskedastisitas |

Variabel dependen : Nilai Perusahaan

Menurut Ghozali (2011) menyatakan bahwa jika variabel signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen, maka indikasi terjadi heteroskedastisitas. Dari hasil output setelah dilakukan pembobotan, menunjukkan bahwa nilai probabilitas yaitu $0,1703 > 0,05$ (5%), terlihat bahwa nilai signifikansi variabel bebas di atas tingkat kepercayaan yaitu 5%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel independen tidak signifikan secara statistik dan tidak mengandung adanya heteroskedastisitas.

b. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (Ghozali, 2011).

Tabel 4.5**Uji Autokorelasi *DW test* sebelum pembobotan**

| | | | |
|--------------------|-----------|-----------------------|----------|
| R-squared | 0.496002 | Mean dependent var | 2.190370 |
| Adjusted R-squared | 0.479744 | S.D. dependent var | 2.247579 |
| S.E. of regression | 1.621152 | Akaike info criterion | 3.844513 |
| Sum squared resid | 244.4163 | Schwarz criterion | 3.950687 |
| Log likelihood | -182.4589 | Hannan-Quinn criter. | 3.887445 |
| F-statistic | 30.50815 | Durbin-Watson stat | 1.740515 |
| Prob(F-statistic) | 0.000000 | | |

Variabel dependen : Nilai Perusahaan

Dari hasil uji residual pada eviews 7 diatas, terlihat bahwa nilai Durbin-Watson sebesar 1.740515. Nilai dL adalah 1.6275 dan nilai Du adalah 1.7116 diketahui bahwa $dL < dw < dU$ yang dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi positif.

Tabel 4.6**Uji Autokorelasi *DW test* setelah pembobotan**

| | | | |
|--------------------|-----------|-----------------------|----------|
| R-squared | 0.610892 | Mean dependent var | 0.946682 |
| Adjusted R-squared | 0.598341 | S.D. dependent var | 0.713348 |
| S.E. of regression | 0.666691 | Akaike info criterion | 2.067382 |
| Sum squared resid | 41.33633 | Schwarz criterion | 2.173556 |
| Log likelihood | -96.26804 | Hannan-Quinn criter. | 2.110314 |
| F-statistic | 48.66950 | Durbin-Watson stat | 1.661836 |
| Prob(F-statistic) | 0.000000 | Weighted mean dep. | 0.551936 |

Variabel dependen : Nilai Perusahaan

Dari hasil uji residual pada eviews 7 diatas, terlihat bahwa nilai Durbin-Watson sebesar 1.661836. Nilai dL adalah 1.6275

dan nilai dU adalah 1.7116 diketahui bahwa $dL < dw < dU$ yang dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi positif.

c. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak adanya korelasi antar variabel independen (Ghozali, 2011).

Tabel 4.7

**Uji multikolinieritas *Variance Inflation Factor* (VIF)
sebelum pembobotan**

| Variabel | VIF | Keterangan |
|--|----------|---------------------------------|
| Profitabilitas | 1.080265 | Tidak Terjadi Multikolinieritas |
| Ukuran Perusahaan | 1.088496 | Tidak Terjadi Multikolinieritas |
| <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) | 1.145632 | Tidak Terjadi Multikolinieritas |

Variabel Dependen : Nilai Perusahaan

Dari hasil tabel diatas terlihat bahwa tidak ada variabel independen yang memiliki nilai *Centered* VIF < 10. Jadi, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas antar variabel independen dalam model regresi yang digunakan

Tabel 4.8

**Uji Multikolinieritas *Variance Inflation Factor* (VIF)
setelah pembobotan**

| Variabel | VIF | Keterangan |
|---|----------|---------------------------------|
| Profitabilitas | 1.110064 | Tidak Terjadi Multikolinieritas |
| Ukuran Perusahaan | 1.343433 | Tidak Terjadi Multikolinieritas |
| <i>Corporate Social Reponsibility</i> (CSR) | 1.412674 | Tidak Terjadi Multikolinieritas |

Variabel dependen : Nilai Perusahaan

Dari hasil tabel diatas terlihat bahwa tidak ada variabel independen yang memiliki nilai *Centered* VIF < 10. Jadi, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas antar variabel independen dalam model regresi yang digunakan

3. Koefisien Determasi (*Adjusted R Square*)

Koefisien determasi (R^2) untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel –variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas (Ghozali, 2011). Berikut adalah table hasil dari perhitungan koefisien determasi.

Tabel 4.9

Koefisien Determasi (R^2)

Persamaan 1

| <i>R – Squared</i> | <i>Adjusted R-Square</i> | <i>Standard Error of Regression</i> |
|--------------------|--------------------------|-------------------------------------|
| 0.608365 | 0.600033 | 0.665285 |

Variabel dependen : Nilai Perusahaan

Dari tabel output diatas, menunjukkan bahwa nilai *Adjusted R-Square* sebesar 0,600033 atau 60%. Hal ini menunjukkan bahwa 60% variabel Nilai Perusahaan dapat dijelaskan oleh variabel independen dan sisanya yaitu 40% dijelaskan oleh variabel – variabel lain diluar model. Nilai

Standard Error of Regression (Standard Error of Estimation) sebesar 0.665285.

Tabel 4.10

Koefisien Determasi (R^2)

Persamaan 2

| <i>R – Squared</i> | <i>Adjusted R-Square</i> | <i>Standard Error of Regression</i> |
|--------------------|--------------------------|-------------------------------------|
| 0.589108 | 0.575854 | 0.685099 |

Variabel dependen : Nilai Perusahaan

Dari tabel output diatas, menunjukkan bahwa nilai *Adjusted R-Square* sebesar 0,575854 atau 57,6%. Hal ini menunjukkan bahwa 57,6% variabel Nilai Perusahaan dapat dijelaskan oleh variabel independen dan sisanya yaitu 42,4% dijelaskan oleh variabel – variabel lain diluar model. Nilai *Standard Error of Regression (Standard Error of Estimation)* sebesar 0,685099.

Persamaan 3

Tabel 4.11

| <i>R - Square</i> | <i>Adjusted R-Square</i> | <i>Standard Error of Regression</i> |
|-------------------|--------------------------|-------------------------------------|
| 0.141790 | 0.114106 | 0.990117 |

Variabel dependen : Nilai Perusahaan

Dari tabel output diatas, menunjukkan bahwa nilai *Adjusted R-Square* sebesar 0,114106 atau 11,4%. Hal ini berarti hanya

11,4% variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen dan sisanya yaitu 88,6% dijelaskan oleh variabel – variabel lain diluar model. Nilai *Standard Error of Regrresion* (*Standard Error of Estimation* sebesar 0.990117.

4. Uji Parsial (Uji T)

Berdasarkan hasil uji asumsi klasik yang telah dilakukan yaitu tidak terjadi heterokedastisitas, autokorelasi dan multikolinearitas. Dengan demikian, sample telah memenuhi syarat untuk melakukan uji regresi linier berganda dengan menggunakan eviews 7 dan hasil dari output tersebut adalah :

Tabel 4.12

Uji Hipotesis persamaan 1

Persamaan 1

| Variable | Coefficient | Std. Error | t-Statistic | Prob. |
|----------|-------------|------------|-------------|--------|
| C | -4.945094 | 1.665466 | -2.969194 | 0.0038 |
| A_ROA | 23.72420 | 2.208859 | 10.74048 | 0.0000 |
| B_SIZE | 0.185077 | 0.060181 | 3.075359 | 0.0028 |

Variabel Dependen : Nilai Perusahaan

Dari tabel 4.12 hasil pengujian persamaan 1 diatas, terlihat bahwa variabel profitabilitas memiliki nilai signifikansi sebesar 0,0000, yang artinya bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. variabel ukuran perusahaan memiliki nilai

signifikansi sebesar 0,0028, yang artinya bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Dari tabel 4.12 dapat dituliskan persamaan regresi sebagai berikut :

$$PBV = - 4,945094 + 23,72420 \cdot ROA + 0,185077 \cdot SIZE + e \dots\dots (1)$$

- a. Profitabilitas memiliki koefisien sebesar 23,72420 yang artinya bahwa setiap kenaikan ROA sebesar 1% maka nilai perusahaan akan meningkat sebesar 23,72420. Sebaliknya, apabila ROA mengalami penurunan sebesar 1% maka nilai perusahaan juga akan menurun sebesar 23,72420.
- b. Ukuran Perusahaan memiliki koefisien sebesar 0,185077 yang artinya bahwa setiap kenaikan SIZE sebesar 1% maka akan meningkatkan nilai perusahaan sebesar 0,185077. Sebaliknya, apabila SIZE menurun sebesar 1% maka nilai perusahaan akan menurun sebesar 0,209887.

Tabel 4.13

Uji Hipotesis persamaan 2

| Variable | Coefficient | Std. Error | t-Statistic | Prob. |
|----------|-------------|------------|-------------|--------|
| C | 0.247754 | 0.201502 | 1.229536 | 0.2220 |
| A_ROA | 13.56735 | 6.006391 | 2.258820 | 0.0262 |
| D_CSR | -0.325866 | 0.997719 | -0.326612 | 0.7447 |
| E_ROACSR | 43.55379 | 21.69839 | 2.007236 | 0.0476 |

Variabel dependen : Nilai Perusahaan

Dari hasil pengujian pada persamaan 2 tabel 4.13, terlihat bahwa hasil dari perkalian variabel moderasi yaitu ROA dan CSR menyatakan bahwa CSR memperkuat pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan nilai signikansi sebesar 0.0476. Dari tabel 4.13, maka dapat ditulis persamaan regresi sebagai berikut:

$$PBV = 0.247754 + 13,56735.ROA - 0,325866.CSR + 43,55379.ROA.CSR + e \dots\dots\dots (2)$$

- a. Profitabilitas memiliki koefisien sebesar 13,56735. Artinya, bahwa setiap kenaikan ROA sebesar 1 % (dengan asumsi bahwa nilai koefisien dari variabel lain tetap), maka akan meningkatkan nilai perusahaan sebesar 13,56735. Sebaliknya, jika ROA mengalami penurunan sebesar 1% maka nilai perusahaan juga akan menurun sebesar 13,56735.
- b. *Corporate Social Responsibility* memiliki koefisien sebesar – 0,325866. Hal tersebut berarti bahwa setiap kenaikan *Corporate Social Responsibility* sebesar 1% (dengan asumsi bahwa nilai koefisien dari variabel lain tetap), maka akan meningkatkan nilai perusahaan sebesar – 0,325866. Sebaliknya, jika *Corporate Social Responsibility* mengalami penurunan sebesar 1% maka nilai perusahaan juga akan menurun sebesar – 0,325866.

- c. Interaksi ROA.CSR memiliki koefisien sebesar 43,55379. Hal tersebut menunjukkan bahwa setiap kenaikan interaksi ROA.CSR sebesar 1 % (dengan asumsi bahwa nilai koefisien dari variabel lain tetap), maka akan meningkatkan nilai perusahaan sebesar 43,55379. Sebaliknya, jika interaksi CSR.ROA mengalami penurunan sebesar 1% maka nilai perusahaan diprediksi akan menurun sebesar 43,55379.

Tabel 4.14

Uji Hipotesis Persamaan 3

Persamaan 3

| Variable | Coefficient | Std. Error | t-Statistic | Prob. |
|-----------|-------------|------------|-------------|--------|
| C | -9.200382 | 6.245863 | -1.473036 | 0.1441 |
| B_SIZE | 0.339208 | 0.225602 | 1.503570 | 0.1361 |
| D_CSR | 10.87875 | 25.36788 | 0.428840 | 0.6690 |
| F_SIZECSR | -0.327163 | 0.896867 | -0.364784 | 0.7161 |

Variabel dependen : Nilai Perusahaan

Dari hasil pengujian pada persamaan 3 tabel 4.14, terlihat bahwa hasil dari perkalian variabel moderasi yaitu *Size* dan CSR menyatakan bahwa CSR memperlemah pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan nilai signifikansi sebesar 0,7161. Dari tabel 4.14, maka dapat ditulis persamaan regresi sebagai berikut :

$$PBV = - 9,200382 + 0,339208.ROA + 10,87875.CSR - 0,327163.Size.CSR + e \dots\dots\dots (3)$$

- a. Profitabilitas memiliki koefisien sebesar 0,339208. Hal tersebut menunjukkan bahwa setiap kenaikan profitabilitas sebesar 1 % (dengan asumsi bahwa nilai koefisien dari variabel lain tetap), maka akan menaikkan nilai perusahaan sebesar 0,339208. Sebaliknya, jika profitabilitas mengalami penurunan sebesar 1% maka nilai perusahaan diprediksi akan mengalami penurunan sebesar 0,339208.
- b. *Corporate Social Responsibility* memiliki koefisien sebesar 10,87875. Hal tersebut menunjukkan bahwa setiap kenaikan ukuran perusahaan sebesar 1% (dengan asumsi bahwa nilai koefisien dari variabel lain tetap), maka akan menaikkan nilai perusahaan sebesar 10,87875. Sebaliknya, jika ukuran perusahaan mengalami penurunan sebesar 1% maka nilai perusahaan diprediksi akan menurun sebesar 10,87875.
- c. Interaksi *Size.CSR* memiliki koefisien sebesar $-0,327163$. Hal tersebut menunjukkan bahwa setiap kenaikan interaksi *size.CSR* sebesar 1 % (dengan asumsi bahwa nilai koefisien dari variabel lain tetap), maka akan menurunkan nilai perusahaan sebesar 0,327163. Sebaliknya, jika interaksi *SIZE.CSR* mengalami penurunan sebesar 1% maka nilai perusahaan diprediksi akan meningkat sebesar 0,327163.

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan menggunakan Eviews 7, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1) Hasil uji hipotesis pertama

Berdasarkan tabel 4.12 profitabilitas memiliki nilai koefisien sebesar 23.72420 dan nilai signifikansi 0.0000, artinya profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Sehingga H1 diterima.

2) Hasil uji hipotesis kedua

Berdasarkan tabel 4.12 ukuran perusahaan memiliki nilai koefisien sebesar 0.185077 signifikansi sebesar 0,0028, artinya ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut menunjukkan bahwa H2 diterima.

3) Hasil uji hipotesis ketiga

Berdasarkan tabel 4.13 nilai signifikansi dari hasil uji interaksi adalah 0.0476. Artinya adanya pengungkapan *corporate social responsibility* dapat memperkuat pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Hasil tersebut menunjukkan bahwa H3 diterima.

4) Hasil uji hipotesis keempat

Berdasarkan tabel 4.14 nilai signifikansi dari hasil uji interaksi size dan csr adalah 0.7161. Artinya, adanya pengungkapan *corporate social responsibility* memperlemah

pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Hasil menunjukkan bahwa H4 ditolak.

Tabel 4.15

Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis

| Hipotesis | Keterangan | Keputusan |
|-----------|--|-----------|
| H1 | Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan | Diterima |
| H2 | Ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan | Diterima |
| H3 | CSR mampu memperkuat pengaruh antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan | Diterima |
| H4 | CSR mampu memperkuat pengaruh antara ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan | Ditolak |

C. Pembahasan (Interpretasi)

1. Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil dari uji parsial ROA (*Return On Asset*) terhadap nilai perusahaan dengan nilai koefisien sebesar 23,72420 dan nilai signifikansi 0.0000, artinya ROA berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Artinya, semakin tinggi profitabilitas perusahaan maka semakin tinggi nilai perusahaan.

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari total aset yang dimilikinya. ROA yang tinggi menandakan bahwa perusahaan dapat mengelola asetnya secara efektif dan efisien.

Tentu saja investor akan memilih perusahaan yang dapat menghasilkan keuntungan yang maksimal, agar investor mendapatkan *return* dari investasinya. Perusahaan yang dapat menghasilkan laba secara maksimal akan memberikan sinyal yang positif bagi investor agar berinvestasi kepada perusahaan.

Apabila investor mau berinvestasi kepada perusahaan, maka harga saham akan meningkat. Meningkatnya harga saham dan jumlah saham akan berpengaruh pada perusahaan yang akan meningkatkan nilai perusahaan dimata investor. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian dari Mardiyati,dkk (2012) menyatakan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian Pratama I. G. dan Wiksuana I G. B. (2016) menyatakan profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, serta penelitian sari penelitian Putra R. A., (2012) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

2. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil dari uji parsial Ukuran Perusahaan (*Size*) terhadap nilai perusahaan dengan nilai koefisien sebesar 0.185077 dan nilai signifikansi 0.0028, artinya *Size* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Artinya, besar kecilnya ukuran perusahaan mempengaruhi nilai perusahaan dimata investor.

Besar kecilnya perusahaan dapat diukur dengan total asset nya. Semakin besar ukuran perusahaan, maka semakin besar total aset nya. Perusahaan yang memiliki ukuran perusahaan yang besar akan lebih mudah dalam mendapatkan dana dari investor, karena perusahaan besar menunjukkan bahwa perusahaan tersebut dapat berkembang dengan baik dan efektif. Perusahaan yang besar juga lebih menjadi perhatian bagi investor, karena berarti perusahaan memiliki komitmen dalam memperbaiki kinerjanya. Perusahaan yang terus memperbaiki kinerjanya dari waktu ke waktu yang tersermin pada meningkatnya aset yang dimiliki oleh perusahaan akan menjadi perhatian bagi investor.

Kinerja perusahaan yang baik akan mendapatkan nilai lebih dimata investor dan tertarik untuk membayar lebih (berinvestasi) pada perusahaan. apabila investor berinvestasi besar, maka harga saham akan meningkat. Meningkatnya harga saham akan meningkatkan nilai perusahaan. Jadi, Semakin besar ukuran perusahaan maka semakin tinggi nilai perusahaan, sebaliknya semakin kecil ukuran perusahaan maka nilai perusahaan juga rendah.

Hasil penelitian didukung oleh penelitian Pramana I G dan Mustanda I IK (2016) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Penelitian Imron G, dkk (2013) juga menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

3. *Corporate Social Responsibility* tidak memoderasi pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil Uji hipotesis interaksi ROA dan CSR , menunjukkan bahwa nilai koefisiennya sebesar 43,55379 dan nilai signifikansi sebesar 0,0476. Artinya, adanya pengungkapan CSR (*Corporate Social Responsibility*) memperkuat pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dan *Corporate Social Responsibility*.

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa *Corporate Sosial Responsibility* memperkuat pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan hasil diatas, adanya pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dapat meningkatkan kinerja perusahaan pula. *Corporate Social Responsibility* akan menjadi nilai tambah dimata investor agar investor mau berinvestasi kepada perusahaan yang akan mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan. Dengan adanya pengungkapan CSR menunjukkan bahwa adanya hubungan baik yang diciptakan oleh perusahaan dan masyarakat serta nilai – nilai perusahaan yang selaras dengan masyarakat. Pengungkapan CSR menandakan bahwa perusahaan tidak hanya mementingkan laba semata, tetapi juga tetap melakukan tanggung jawab sosialnya kepada masyarakat dan investor. Adanya respon positif dari pasar mengenai pengungkapan CSR akan meningkatkan kinerja perusahaan. Kinerja perusahaan yang meningkat akan terkait

dengan harga saham yang meningkat pula dan meningkatkan nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian dari Bula A A dan Istika I B (2014) yang menyatakan bahwa CSR dapat memoderasi pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan. Randy *et al* (2015) yang menyatakan bahwa CSR mampu memoderasi pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan. Serta penelitian dari Pramana I G dan Mustanda I K (2016) yang menyatakan bahwa CSR mampu memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

4. *Corporate Social Responsibility* tidak dapat memoderasi pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil dari uji interaksi SIZE dan CSR pada tabel 4.14, didapatkan nilai koefisien sebesar $-0,327163$ dan nilai signifikansi adalah sebesar $0,7161$. Artinya, bahwa adanya pengungkapan CSR tidak dapat memperkuat pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa *Corporate Sosial Responsibility* memperlemah pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Secara teori, pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility* merupakan salah satu yang menjadi pertimbangan investor sebelum berinvestasi, karena didalamnya terdapat informasi mengenai informasi sosial yang dilakukan oleh perusahaan. adanya informasi tersebut diharapkan dapat menjadi pertimbangan investor

dalam berinvestasi. Artinya, hasil pengujian menunjukkan bahwa investor kurang merespon adanya pengungkapan CSR oleh perusahaan. Alasan investor kurang merespon karena menurut UU no 40 tahun 2007 tentang Tanggung Jawab Sosial perusahaan menyatakan bahwa perseroan terbatas selain diwajibkan menyampaikan laporan keuangan juga diwajibkan melaporkan pelaksanaan tanggung jawab sosial kepada masyarakat. Terdapat kemungkinan bahwa investor tidak perlu melihat *Corporate Social Responsibility* karena terdapat Undang – Undang yang sudah menjamin bahwa perseroan wajib melakukan tanggung jawabnya kepada masyarakat. Oleh karena itu investor dapat disimpulkan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* tidak dapat memperkuat pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian dari Puspitasari (2012) yang menyatakan bahwa CSR tidak mampu memoderasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dan penelitian dari Pramana I G dan Mustanda I K (2016) yang menyatakan bahwa CSR tidak mampu memoderasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan,

