

PENGARUH PROFITABILITAS DAN KEBIJAKAN DIVIDEN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)* SEBAGAI VARIABEL MODERASI
Studi Empiris: Perusahaan Manufaktur dan Listing Di Bursa Efek Indonesia Tahun (2012-2016)

Rizkiana Rahayu Putri

Program studi Manajemen

Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Jl. Lingkar Selatan, Tamantirto, Kasihan, Bantul, Yogyakarta, 55183

ABSTRACT

The purpose of this study is to examine the effect of profitability proxied with Return On Assets (ROA) and dividend policy proxied with Dividend payout ratio (DPR) ratio against Company Value projected with Price Book Value (PBV) with Corporate Social Responsibility (CSR) as a moderating variable, empirical studies on Manufacture company on the Indonesia Stock Exchange in 2012-2016. This research uses sampling technique that is using purposive sampling so that 146 samples in manufacture company in Indonesia Stock Exchange year 2012-2016. The method of analysis of this study using Moderated Regression Analysis (MRA) using an analysis tool that is SPSS 21.

The results of this study states that: Profitability has a significant positive effect on Corporate Value, dividend policy has a significant positive effect on Corporate Value. Corporate Social Responsibility strengthens the influence of Profitability on Corporate Value and Corporate Social Responsibility strengthens the influence of dividend policy on Corporate Value.

Key word : corporate value ,profitability, dividend policy , Corporate Social Responsibility

PENDAHULUAN

Semakin berkembangnya zaman dan teknologi maka semakin pesat juga persaingan yang terjadi didalam dunia bisnis. Oleh karena itu , perusahaan yang semakin berkembang secara otomatis akan memunculkan kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan akibat dari aktivitas perusahaan yang tidak terkendali terhadap berbagai sumber daya untuk meningkat laba perusahaan. Salah satu tujuan dari sebuah perusahaan adalah dengan memperoleh profit yang maksimal. Penyajian laporan keuangan juga diperlukan untuk menunjukkan kinerja pada sebuah perusahaan tersebut. Laporan keuangan berisi mengenai kondisi keuangan sebuah perusahaan. Kondisi keuangan dari suatu perusahaan

akan mengalami perubahan setiap periodenya. Adanya perubahan tersebut maka akan mempengaruhi harga saham yang dimiliki sebuah perusahaan. Harga saham mencerminkan nilai dari suatu perusahaan. Sebuah perusahaan yang memiliki kinerja baik maka banyak investor yang berminat untuk melakukan investasi pada suatu perusahaan sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaannya.

Menurut Martono dan Harjito dalam Imron dkk (2013) menyatakan bahwa tujuan terpenting dari suatu perusahaan yaitu meningkatkan kesejahteraan para *stakeholder* atau memaksimalkan kekayaan para pemegang saham dengan meningkatkan nilai perusahaan. Untuk meningkatkan nilai perusahaan dengan meningkatkan kinerja keuangan. Nilai perusahaan dapat mencerminkan nilai asset yang dimiliki perusahaan seperti surat-surat berharga. Salah satu surat berharga yang dimaksud yaitu saham. Saham merupakan surat berharga yang dikeluarkan oleh perusahaan, sedangkan tinggi rendahnya harga saham dipengaruhi oleh salah satu kondisi emiten. Untuk meningkatkan nilai perusahaan maka dapat menggunakan kinerja keuangan yang dapat diukur dengan profitabilitas. Perusahaan yang memiliki profitabilitas yang tinggi dan mendapatkan laba yang meningkat akan menunjukkan bahwa perusahaan itu mempunyai kinerja yang baik, sehingga akan menciptakan respon yang positif kepada pemegang saham maka prospek perusahaan di masa depan dapat dinilai baik, artinya nilai perusahaan juga akan ternilai semakin baik di mata para investor.

Hermawati (2011), Imron dkk (2013) dan Ngurah dkk (2016) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Penelitian Antoni (2015) menunjukkan hasil profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan namun terdapat ketidakkonsistenan hasil penelitian tentang pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan sehingga penelitian ini juga menggunakan profitabilitas sebagai variabel yang bisa mempengaruhi nilai perusahaan.

Terdapat faktor lain yang diduga dapat mempengaruhi nilai perusahaan yaitu kebijakan dividen. Pengertian kebijakan dividen adalah kompensasi yang diterima oleh pemegang saham selain capital gain Hanafi (2004). Total pengembalian kepada pemegang saham selama waktu tertentu tergantung dari peningkatan harga saham ditambah dividen yang diterima dan peningkatan laba perusahaan. Jika perusahaan menetapkan dividen tinggi dari tahun sebelumnya maka return yang di dapatkan oleh pemegang saham juga tinggi.

Dalam beberapa penelitian terdapat ketidakkonsistenan hasil penelitian tentang kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan Mardiyati (2012) menunjukkan hasil dalam penelitiannya bahwa kebijakannya dividen tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan sedangkan hasil yang berbeda ditunjukkan Herawati (2012) bahwa kebijakan dividen berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini juga menambahkan luas pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel moderasi. Dapat kita ketahui beberapa tahun terakhir banyak perusahaan yang semakin menyadari pentingnya menerapkan tanggung jawab terhadap lingkungan sebagai bagian dari strategi bisnis. Meskipun belum bersifat mandatory, tetapi dapat dikatakan bahwa hampir semua perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sudah mengungkapkan informasi tentang CSR dalam laporan keuangan tahunan. Perusahaan akan mengungkapkan suatu informasi tentang CSR jika informasi tersebut

dapat meningkatkan nilai perusahaan. Perusahaan yang memiliki tingkat sosial serta kinerja yang baik maka akan mendapatkan respon positif dari para investor.

Menurut UU PB IV perseroan Terbatas No.40 Tahun 2007 Bab IV mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan dijelaskan bahwa perseroan yang menjalankan kegiatan usaha dibidang sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab soaial dan lingkungan. Penelitian Imron dkk

(2013) menunjukkan bahwa hasil bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* tidak mampu memoderasi hubungan kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan. berbeda dengan penelitian yang ditunjukkan Hermawan dkk

(2014) bahwa pengungkapan CSR mampu memoderasi kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini merupakan replikasi ekstensi dari penelitian sebelumnya yaitu oleh I Gusti Ngurah Agung Dwi Pramana dengan mengganti variabel didalamnya dan menambahkan periode penelitian.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ulang tentang “Pengaruh Profitabilitas Dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan Dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Sebagai Variabel Moderasi”.

KAJIAN TEORI

a. Teori sinyal (*Teori Signaling*)

Teori sinyal menjelaskan kenapa perusahaan mempunyai dorongan untuk memberikan dorongan informasi laporan keuangan kepada pihak eksternal. Dorongan perusahaan untuk memberikan informasi karena terdapat asimetris antara perusahaan dan pihak luar karena perusahaan mengetahui lebih banyak mengenai perusahaan dan prospek yang akan datang daripada pihak luar (investor, kreditor). Kurangnya informasi bagi pihak luar mengenai perusahaan menyebabkan mereka melindungi diri mereka dengan memberikan harga yang rendah untuk perusahaan. Perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan dengan mengurangi informasi asimetris. Salah satu cara untuk mengurangi informasi tersebut adalah dengan memberikan sinyal pada pihak luar, salah satunya berupa informasi keuangan yang dapat dipercaya dan akan mengurangi ketidakpastian mengenai prospek perusahaan yang akan datang (Wolk et al, 2000 dalam rahayu 2010).

Menurut Jogiyanto (2000) informasi yang diberikan sebagai suatu pengumuman akan memberikan sinyal bagi investor dalam pengambilan keputusan investasi. Jika pengumuman tersebut mengandung nilai positif, maka diharapkan pelaku pasar akan bereaksi pada waktu pengumuman tersebut dan dapat diterima oleh pelaku pasar. Sinyal dapat berupa informasi yang menyatakan bahwa perusahaan tersebut lebih baik daripada perusahaan lain.

b. Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*)

Legitimasi teori dapat dianggap bisa menyamakan persepsi atau asumsi bahwa tindakan yang dilakukan oleh suatu entitas adalah tindakan yang diinginkan sesuai dengan norma, nilai, kepercayaan dan definisi yang dikembangkan oleh sosial (Suchman 1995 dalam kirana 2009). legitimasi merupakan sistem pengelolaan perusahaan yang berorientasi terhadap masyarakat (*society*), pemerintah individu dan kelompok masyarakat..

Robin dan Tobin (2000) dalam Fitriani (2012) menyatakan bahwa legitimasi dapat diperoleh dari kesesuaian antara keberadaan perusahaan tidak mengganggu asistensi sistem nilai yang ada dalam masyarakat dan lingkungan. Legitimasi memfokuskan pada interaksi antara perusahaan dan masyarakat. Oleh karena itu, kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan harus sejalan dengan nilai yang ada di masyarakat, apabila nilai yang di anut perusahaan berbeda dengan masyarakat maka legitimasi perusahaan berada dalam posisi terancam. Perbedaan anantara nilai masyarakat dengan nilai perusahaan disebut legitimasi gap dimana hal tersebut dapat mempengaruhi kelangsungan hidup perusahaan dalam melanjutkan kegiatan usahanya (Gozali dan Chariri,2007).

c. Teori Stakeholder (*Stakeholder Theory*)

Teori stakeholder mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus memberi manfaat bagi *stakeholder*. Fenomena seperti ini terjadi karena adanya tuntutan dari masyarakat akibat *negative externalities* yang timbul serta ketimpangan sosial yang terjadi (Harahap, 2001). Untuk itu, tanggungjawab sosial perusahaan yang semula diukur sebatas pada indikator ekonomi (*economic focused*) dalam laporan keuangan, kini harus bergeser dengan memperhitungkan faktor-faktor sosial terhadap *stakeholder*, baik pihak internal maupun eksternal.

Perusahaan hendaknya memperhatikan kepentingan *stakeholder*, karena mereka adalah pihak yang mempengaruhi baik secara langsung maupun tidak langsung atas aktivitas serta kebijakan yang diambil dan dilakukan perusahaan. Berdasarkan pada asumsi dasar teori stakeholder, perusahaan tidak dapat melepaskan diri dengan lingkungan sosial sekitarnya. Perusahaan perlu menjaga legitimasi stakeholder serta menempatkannya dalam kerangka kebijakan dan pengambilan keputusan, sehingga dapat mendukung dalam pencapaian tujuan perusahaan, yaitu stabilitas usaha dan jaminan going concern (Adam, 2004). Untuk itu, perusahaan hendaknya menjaga reputasinya yaitu dengan menggeser pola orientasi yang semata-mata diukur dengan *economic measurement* yang cenderung *shareholder orientation*, ke arah memperhitungkan faktor sosial (*social factors*) sebagai wujud kepedulian dan keberpihakan terhadap masalah sosial kemasyarakatan (*stakeholder orientation*).

d. Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap nilai perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. Harga saham tinggi akan membuat nilai perusahaan juga tinggi. Nilai perusahaan tinggi membuat para investor mempunyai keinginan untuk menanam saham pada perusahaan tersebut sehingga mendapatkan profit yang tinggi. Selain itu menunjukkan kermakmuran pemegang saham yang tinggi. Kekayaan pemegang saham dipersentasikan oleh harga pasar dari saham yang mencerminkan untuk keputusan investasi pendanaan dan manajemen aset.

Tujuan utama perusahaan adalah memaksimalkan nilai perusahaan. Menurut Weston dan Copeland (1995) menunjukkan bahwa pernyataan tersebut dapat diterima kebenarannya atas dasar beberapa alasan yaitu:

- a) Memaksimalkan nilai berarti mempertimbangkan berbagai resiko terhadap arus pendapatan perusahaan.

b) Nilai perusahaan dalam penelitian ini didefinisikan sebagai nilai pasar, karena nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran bagi para pemegang saham secara maksimum apabila harga saham meningkat. Semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi kemakmuran para pemegang saham. Nilai perusahaan merupakan konsep penting bagi investor, karena merupakan indikator bagi pasar dalam menilai kondisi perusahaan secara keseluruhan.

PBV (*Price Book Value*) merupakan rasio untuk mengukur sebuah perusahaan yang terus tumbuh dengan nilai yang diberikan pasar keuangan kepada manajemen dan organisasi perusahaan. *Price Book Value* yaitu rasio yang menggambarkan seberapa pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan (Imron, 2013). PBV dapat dihitung dengan seberapa besar perbandingan antara harga saham dengan nilai buku per lembar, dimana nilai buku per lembar saham menunjukkan aktiva bersih serta ada asumsi aktiva bersih sama dengan total ekuitas pemegang saham, dan untuk perusahaan yang berjalan dengan baik pada umumnya rasio ini mencapai di atas satu, yang akan menunjukkan bahwa nilai pasar saham lebih besar dari nilai bukunya. Semakin besar rasio PBV semakin tinggi perusahaan dinilai oleh para investor relatif dibandingkan dengan dana yang telah ditanamkan di perusahaan.

e. Profitabilitas

Profitabilitas merupakan salah satu pengukuran yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan selama periode tertentu. Rasio profitabilitas terdiri dari: *Gross Profit Margin*, *Net Profit Margin*, *Return on Assets*, *Return on Equity*, dan *Operating Ratio*.

Dari kelima rasio tersebut, yang berkaitan langsung dengan kepentingan analisis kinerja perusahaan adalah *Return On Asset* (ROA) adalah salah satu bentuk dari rasio profitabilitas yang dimaksudkan untuk mengukur kemampuan perusahaan atas keseluruhan dana yang ditanamkan dalam aktivitas yang digunakan untuk aktivitas operasi perusahaan dengan tujuan menghasilkan laba dengan memanfaatkan aktiva yang dimilikinya. *Return On Asset* (ROA) merupakan rasio yang terpenting di antara rasio profitabilitas yang ada (Ang, 1997). *Return On Asset* (ROA) atau yang sering disebut juga *Return On Investment* (ROI) diperoleh dengan cara membandingkan *net income after tax* (NIAT) terhadap *Average Total Asset*. NIAT merupakan pendapatan bersih sesudah pajak. *Average Total Asset* merupakan rata-rata total assets awal tahun dan akhir tahun. Semakin besar ROA atau ROI menunjukkan kinerja yang semakin baik, karena tingkat pengembalian yang semakin besar, Ang (1997)

Kebijakan Dividen

Kebijakan dividen merupakan kompensasi yang akan diterima oleh pemegang saham selain *capital gain* Hanafi (2004). Kebijakan dividen juga sering dianggap sebagai signal bagi para investor menilai baik buruknya suatu perusahaan, hal ini disebabkan karena kebijakan dividen bisa membawa pengaruh terhadap harga saham suatu perusahaan. Ada beberapa pandangan tentang pengaruh kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan :

a) Pandangan kebijakan dividen tak relevan

Pandangan ini mengatakan bahwa tidak ada hubungan antara kebijakan dividen dan nilai saham. Seperti yang dijelaskan oleh Eugene F Brigham dan Joel F

Houston (2007) *dividend irrelevance theory is a firm's dividend policy has no effect on either its value or its cost of capital.*

b) Pandangan kebijakan dividen yang relevan

Dividen lebih pasti dari pada perolehan modal ,disebutkan juga pada teori Bird in the hand theory yang beranggapan bahwa “satu burung ditangan lebih berharga dibandingkan dengan seribu burung diudara” atau dengan kata lain investor lebih menyukai laba yang didapatkan perusahaan dibagikan dalam bentuk dividen dibandingkan dalam bentuk *capital again*. Dalam teori ini menyatakan bahwa pembayaran dividen dapat mengurangi ketidakpastian untuk resiko Hanafi (2004).

c) Efek informasi (information content)

Teori ini juga bisa disebut dengan teori signaling dimana teori ini menyatakan bahwa dividen dipakai sebagai signal oleh perusahaan jika perusahaan merasa bahwa prospek dimasa mendatang baik ,maka pendapatan aliran kas diharapkan meningkat maka perusahaan akan meningkatkan dividen. Oleh karena itu pasar akan merespon positif dari pengumuman kenaikan dividen Hanafi (2004)

d) Efek klien (*Clientele Effect*)

Clientele Effect adalah kecendrungan perusahaan untuk menarik jenis investor tertentu yang menyukai kebijakan dividen. Suatu perusahaan menetapkan kebijakan pembagian dividen khusus,yang selanjutnya menarik sekumpulan peminat yang terdiri dari para investor yang menyukai kebijakn dividen Hanafi (2004).

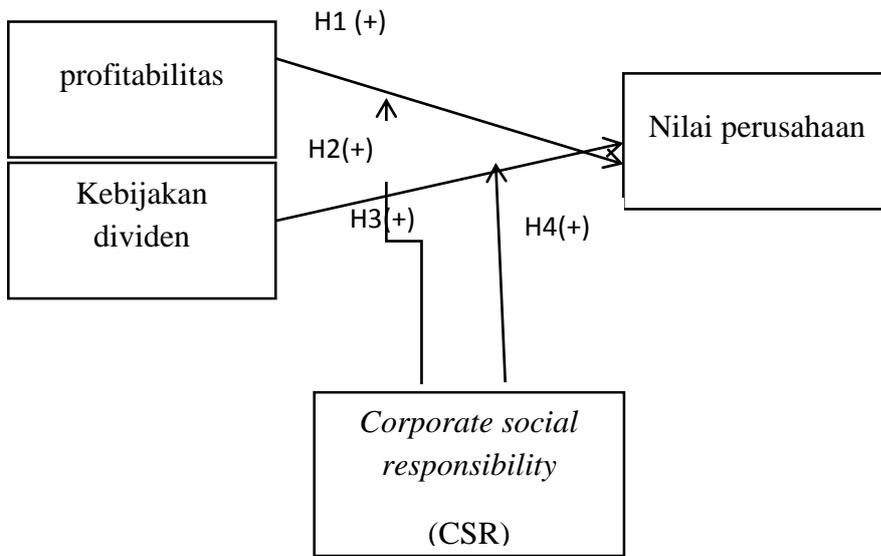
Kebijakan dividen perusahaan dapat dilihat dari nilai *Divident Payout Rasio* (DPR) . DPR dapat menunjukkan rasio dividen yang dibagikan perusahaan dengan laba bersih yang dihasilkan perusahaan Mardiyati (2012).

f. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) merupakan suatu bentuk tindakan dari pertimbangan etis suatu perusahaan yang diarahkan untuk mrningkatkan ekonomi,dan bersamaan dengan meningkatkan kualitas hidup masyarakat secara luas. Untuk saat ini tanggung jawab sosial harus berpijak pada *triple bottom lines* yaitu tanggung jawab sosial perusahaan pada aspek sosial,lingkungan dan keuangan sehingga setiap perusahaan diwajibkan mengungkapakan informasi tentang tanggung jawab sosialnya ,seperti yang telah di atur dalam UU No.25 tahun 2007 tentang penanaman modal dan UU No.40 Tahun 2007 tentang perseroan terbatas.

Dengan demikian CSR merupakan kewajiban yang harus dilakukan perusahaan ,bukan kegiatan yang suka rela.pengungkapan yang berkitan tentang pengungkapan CSR yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan indikator menurut *Global Reporting Initiative* (GRI) yang dilakukan perusahaan. Seuai dengan *teori legitimacy* menjelaskan untuk mendapatkan legitimasi yang kuat dari masyarakat maka diperlukan melakukan pengungkapan sosial oleh perusahaan sehingga nantinya dapat memberikan kepercayaan dan keyakinan bagi masyarakat dalam upaya menghindari hal-hal yang tidak diinginkan serta dengan adanya dukungan dari masyarakat maka akan meningkatkan nilai perusahaan dimasa yang akan datang.(harsanti,2011)

MODEL PENELITIAN



HIPOTESIS

1. Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan

Profitabilitas merupakan salah satu alat ukur kinerja pada suatu perusahaan. Profitabilitas suatu perusahaan menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu. Profitabilitas dapat dinilai dari beberapa cara tergantung pada laba dan aktiva atau modal yang akan dibandingkan satu dengan yang lainnya. *Return On Asset (ROA)* adalah salah satu bentuk dari rasio profitabilitas yang dimaksudkan untuk mengukur kemampuan perusahaan atas keseluruhan dana yang ditanamkan dalam aktivitas yang digunakan untuk aktivitas operasi perusahaan dengan tujuan menghasilkan laba dengan memanfaatkan aktiva yang dimilikinya.

Semakin tinggi nilai profitabilitas pada suatu perusahaan, maka akan dapat mempengaruhi nilai perusahaan dan itu tergantung dari persepsi para investor terhadap peningkatan profitabilitas perusahaan. Persepsi investor dalam menanggapi profitabilitas akan mempengaruhi harga saham dan meningkatkan nilai perusahaan tersebut. Sesuai dengan teori signalling yang berkaitan dengan informasi mengenai aktivitas dari perusahaan dalam merealisasikan pemegang saham.

Apabila investor sudah mengetahui bahwa perusahaan tersebut mempunyai prospek baik di masa datang maka menjadi sinyal bagi para investor untuk menanamkan saham pada perusahaan. Investor akan berlomba-lomba melakukan investasi di perusahaan tersebut karena semakin besar para investor menanamkan modalnya pada perusahaan maka dapat meningkatkan harga saham dan jumlah saham setahun setelahnya.

Sesuai dengan pernyataan dari Maryati dkk (2015) dan Pramana dkk (2016) yang menyatakan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, maka penulis merumuskan hipotesis sebagai berikut.

H1 : variabel profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

2. pengaruh kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan

Kebijakan dividen menurut Hanafi (2004) merupakan kebijakan perusahaan dalam membagikan keuntungan perusahaan dalam bentuk dividen maupun laba ditahan kepada para pemegang saham. Berdasarkan teori *bird in the hand* menyatakan bahwa investor lebih menyukai laba yang didapatkan perusahaan dibagikan dalam bentuk dividen dibandingkan dengan laba ditahan dikarenakan pembagian dividen dapat mengurangi ketidakpastian dan mengurangi resiko.

Berdasarkan teori signal bahwa kenaikan pembayaran dividen merupakan sinyal yang diberikan oleh perusahaan bagi investor bahwa prospek perusahaan yang akan datang akan semakin baik, dividen yang dibagikan kepada investor merupakan salah satu indikator bahwa perusahaan memiliki kesempatan untuk tumbuh dimasa yang akan datang sehingga investor tertarik dengan membeli saham perusahaan, kenaikan permintaan saham yang tinggi akan membuat harga saham juga tinggi dan dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Hal ini didukung oleh penelitian Herawati (2012) menyatakan bahwa kebijakan dividen berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, maka penulis menurunkan hipotesis sebagai berikut.

H2: Kebijakan dividen berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan

3. pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan CSR sebagai variabel moderasi.

Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan akan menjadi lebih kuat ketika perusahaan yang memiliki profitabilitas yang tinggi dan juga mampu melakukan pengungkapan informasi terkait dengan lingkungan sekitar perusahaan. Selain itu dengan adanya desakan dari lingkungan luar maka menuntut perusahaan untuk menerapkan strategi dalam memaksimalkan nilai perusahaan diantaranya yaitu dengan menerapkan *corporate social responsibility (CSR)*.

Menurut putri (2011) dalam imron dkk (2013) pengungkapan CSR sangatlah penting bagi keberadaan perusahaan, seperti dukungan masyarakat dan loyalitas pelanggan terhadap perusahaan tersebut. Tingkat loyalitas tinggi memacu perusahaan untuk terus meningkatkan kinerjanya.

Hal ini dikarenakan bahwa CSR di Indonesia merupakan hal yang bukan lagi bersifat sukarela melainkan sudah diamanatkan dalam UU RI No.40 Tahun 2007 tentang perseroan terbatas. Sesuai dengan penelitian yang sudah dilakukan oleh Utami (2011) menunjukkan bahwa pengungkapan CSR mampu memoderasi profitabilitas terhadap nilai perusahaan, maka peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut.

H3: Pengungkapan CSR mampu memoderasi hubungan antara profitabilitas dengan nilai perusahaan.

4. pengaruh kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan dengan CSR sebagai variabel moderasi.

Tujuan utama suatu perusahaan adalah untuk meningkatkan nilai perusahaan secara berkelanjutan. Tujuan tersebut bisa tercapai apabila perusahaan memberikan perhatian dimensi ekonomi, sosial, dan lingkungan (Kusumadilaga, 2010). Sesuai teori legitimasi menjelaskan bahwa perusahaan terus berupaya untuk memastikan perusahaan beroperasi dalam norma masyarakat dan lingkungan dimana perusahaan itu berada, serta memastikan aktivitas perusahaan diterima oleh pihak luar sebagai suatu kegiatan yang sah.

Pada akhirnya dengan adanya legitimasi melalui pengungkapan CSR ini akan mengurangi konflik kepentingan antara manajer, pemegang saham dan *stakeholder*, hal ini juga sangat membantu dalam membangun citra positif untuk para investor dalam menanamkan modal pada perusahaan. Perusahaan yang positif akan meningkatkan nilai perusahaan menjadi lebih baik dan bisa menjanjikan dalam memberikan tingkat pengembalian atau bisa menjanjikan pembagian deviden secara stabil sehingga menarik perhatian para investor. Maka peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H4: Pengungkapan CSR mampu memoderasi hubungan antara kebijakan dividen dengan nilai perusahaan.

Metode Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh profitabilitas, kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan dengan CSR sebagai variabel moderasi pada

Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2016. Penelitian ini menggunakan jenis data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan tahunan perusahaan manufaktur di BEI tahun 2012-2016. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *Purposive Sampling* dengan kriteria-kriteria yang telah ditentukan. Penelitian ini menggunakan sampel berjumlah 146 sampel. Penelitian ini menggunakan Regresi Linier Berganda sebagai alat analisis.

Definisi Operasional Variabel

1. Nilai perusahaan

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

2. Profitabilitas

$$ROA = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total asset}}$$

3. Kebijakan Dividen

$$DPR = \frac{\text{Dividend Per Share}}{\text{Earning Per Share}}$$

4. CSR

$$CSR = \frac{\text{Jumlah item yang diungkapkan}}{79}$$

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Statistik Deskriptif

Berikut ini tabel hasil statistik deskriptif variabel penelitian yang meliputi nilai rata-rata, tertinggi, terendah, dan penyimpangan data:

Tabel 3.2
Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Variabel	N	Minimum	Maksimum	Mean	SD
Nilai Perusahaan (PBV)	146	0,05	27,35	3,0146	3,69328
Profitabilitas (ROA)	146	0,0020	0,7480	0,107096	0,0985266
Kebijakan Deviden (DPR)	146	0,0010	1,8300	0,362767	0,2971756
<i>Corporate Sosial Responsibility (CSR)</i>	146	0,20	0,86	0,5078	0,11994

Sumber: Lampiran 5 Statistik Deskriptif.

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel Profitabilitas (ROA) dan Kebijakan Deviden (DPR) terhadap Nilai Perusahaan (PBV). Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan program statistik komputer *SPSS for Windows* diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 3.3
Hasil Regresi Linier Berganda Metode OLS

Variabel	Unstandarized		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error			
(Constant)	0,097	0,461		0,211	0,833
ROA	18,287	2,626	0,488	6,964	0,000
DPR	2,643	0,871	0,213	3,036	0,003

Sumber: Lampiran 6 Hasil Regresi Linear Berganda (Model Persamaan 1)

Secara matematis hasil dari analisis regresi linier berganda tersebut dapat ditulis sebagai berikut :

$$PBV = 0,097 + 18,287ROA + 2,643DPR$$

Tabel 3.4
Hasil Regresi Linier Berganda Model MRA Metode OLS

Variabel	Unstandarized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	2,768	1,692		1,636	0,104
ROA	-12,465	11,808	-0,333	-1,056	0,293
DPR	-2,178	2,356	-0,175	-0,924	0,357
CSR	-4,730	3,162	0,154	-1,496	0,137
ROA*CSR	53,375	21,972	0,834	2,429	0,016
DPR*CSR	10,085	4,947	0,422	2,039	0,043

Sumber: Lampiran 7 Hasil Regresi linear berganda (Model Persamaan 2)

Secara matematis hasil dari analisis regresi linier berganda model MRA tersebut dapat ditulis sebagai berikut :

$$PBV = 2,768 - 12,465ROA - 2,178DPR + 4,730CSR + 53,373ROA*CSR + 10,085DPR*CSR$$

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel dependen dan variabel independen mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal (Ghozali, 2007). Dasar pengambilan keputusan adalah jika nilai probabilitas (Sig.) > 0,05, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Hasil uji normalitas dengan *Kolmogorov Smirnov Test* sebagai berikut:

Tabel 3.5
Hasil Uji Normalitas dengan *Kolmogorov Smirnov Test*

Variabel	Sig.	Nilai Kritis	Keterangan
Residual	0,082	0,05	Normalitas

Sumber: Lampiran 6 Hasil Uji Normalitas

Berdasarkan hasil uji normalitas dengan *Kolmogorov Smirnov Test* di atas terlihat bahwa nilai probabilitas = 0,082 > 0,05, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Hasil uji normalitas persamaan 2 dalam penelitian uini menunjukkan nilai *Asymp. Sig* 0,076 > 0,05, yang berarti data tersebut berdistribusi normal.

Tabel 3.9
Hasil Uji Normalitas Persamaan 2

Variabel	Asymp.Sig.	Nilai Krisis	keterangan
Residual	0,076	0,05	Data normal

Sumber :lampiran 7 uji asumsi klasik model persamaan 2

Uji Heteroskedastisitas

Homoskedastisitas adalah situasi dimana varian (σ^2) dari faktor pengganggu atau *disturbance term* adalah sama untuk semua observasi X. Penyimpangan terhadap asumsi ini yaitu disebut heteroskedastisitas yaitu apabila nilai varian (σ^2) variabel tak bebas (Y_i) meningkat sebagai akibat dari meningkatnya varian dari variabel bebas (X_i), maka varian dari Y_i tidak sama (Insukindro, 2003). Pendeteksian heteroskedastisitas dalam penelitian ini dilakukan dengan metode *Glejser*. Caranya dengan melihat nilai probabilitas > 0,05, sehingga tidak terkena

heteroskedastisitas (Ghozali, 2007). Hasil uji heteroskedastisitas dengan *Glejser* sebagai berikut :

Tabel 3.6

Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan *Glejser*

Variabel bebas	Sig.	Keterangan
ROA	0,858	Tidak terjadi heteroskedastisitas
DPR	0,66	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber: Lampiran 6 Hasil Uji Heteroskedastisitas.

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas persamaan 2 dengan menggunakan *Glejser* terlihat bahwa nilai probabilitas yaitu $0,858 > 0,05$ dan nilai DPR $0,66 > 0,05$. Hal ini berarti model yang diestimasi bebas dari heteroskedastisitas.

%). Uji heteroskedastisitas untuk model pengujian 1 dinyatakan lolos karena nilai probabilitas untuk profitabilitas yaitu $0,122 > 0,05$, nilai DPR $0,545 > 0,05$, nilai CSR $0,767 > 0,05$, nilai ROA*CSR $0,176 > 0,05$ dan DPR*CSR $0,141 > 0,05$.

Tabel 3.10

Hasil uji heteroskedastisitas model persamaan 2

Variabel bebas	Sig.	Keterangan
ROA	0,122	Tidak terjadi heteroskedastisitas
DPR	0,545	Tidak terjadi heteroskedastisitas
CSR	0,914	Tidak terjadi heteroskedastisitas
ROA*CSR	0,176	Tidak terjadi heteroskedastisitas
DPR*CSR	0,141	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber : lampiran 7 Uji Asumsi Klasik Model Persamaan 2

a. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas adalah suatu keadaan dimana salah satu atau lebih variabel independen dapat dinyatakan sebagai kombinasi linier dari variabel independen lainnya. Salah satu asumsi regresi linier klasik adalah tidak adanya multikolinearitas sempurna (*no perfect multikolinearitas*).

Suatu model regresi dikatakan terkena multikolenearitas apabila terjadi hubungan linier yang *perfect* atau *exact* diantara beberapa atau semua variabel

bebas. Akibatnya akan sulit untuk melihat pengaruh secara individu variabel bebas terhadap variabel tak bebas (Madalla, 1999). Pendeteksian multikolinearitas dalam penelitian ini dilakukan dengan metode VIF.

Kriteria pengujian :

Jika $VIF > 10$, maka H_0 ditolak

Jika $VIF < 10$, maka H_0 diterima

Hasil uji multikolinieritas dengan metode VIF sebagai berikut :

Tabel 3.7

Hasil Uji Multikolinieritas dengan Metode VIF

Variabel Bebas	Collinearity Statistic		Keterangan
	Tolerance	VIF	
ROA	0,970	1,031	Tidak terjadi multikolinieritas
DPR	0,970	1,031	Tida terjadi multikolinieritas

Sumber: Lampiran 6 Hasil uji asumsi klasik persamaan 1.

Berdasarkan hasil uji multikolinieritas dengan metode VIF, nilai $VIF < 10$, artinya bahwa semua variabel bebas tidak terjadi multikolinieritas, sehingga tidak membiaskan interpretasi hasil analisis regresi.

. Hasil uji multikolinieritas untuk model 2 menyatakan hasil yaitu ROA memiliki nilai *tolerance* $0,422 > 0,10$ dan nilai $VIF 2,718 < 10$, DPR memiliki nilai *tolerance* $0,116 > 0,10$ dan nilai $VIF 8,950 < 10$, CSR memiliki nilai *tolerance* $0,397 > 0,10$ dan nilai $VIF 2,520 < 10$, ROA*CSR memiliki nilai *tolerance* $0,355 > 0,10$ dan nilai $VIF 2,165 < 10$ serta DPR*CSR memiliki nilai *tolerance* $0,977 > 0,10$ dan nilai $VIF 1,234 < 10$. Berdasarkan nilai *tolerance* dan VIF tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel bebas tidak mengandung multikolinieritas.

Tabel 3.11.

Hasil Uji Multikolinearitas Persamaan Model 2

Variabel Bebas	Collinearity Statistic		Keterangan
	Tolerance	VIF	
ROA	0,442	2,716	Tidak terjadi multikolinearitas
DPR	0,116	8,520	Tidak terjadi multikolinearitas
CSR	0,397	2,520	Tidak terjadi multikolinearitas
ROA*CSR	0,355	2,165	Tidak terjadi multikolinearitas
DPR*CSR	0,977	1,234	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber: Lampiran 7 Uji Asumsi Klasik Model Persamaan 2

a. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antar kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya) (Ghozali, 2011). Hasil uji dikatakan lolos uji autokorelasi jika $DU < DW < 4-DU$, untuk mencari nilai DU kita dapat melihat jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu berjumlah 146 sampel dengan 2 variabel independen kemudian mencari nilai DU pada tabel *Durbin Watson* maka nilai DU adalah 1,802. Setelah itu kita bisa melihat nilai DW pada tabel pengujian dibawah ini yaitu nilai DW nya adalah 1,975

Tabel 3.8

Hasil Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi	dU	Dw test	4-dU	Keterangan
Uji Durbin-Watson	1,802	1,975	2,198	Tidak terjadi autokorelasi

Sumber: Lampiran 6 Hasil uji asumsi klasik 1.

Pengujian untuk model 2 kali ini dinyatakan lolos uji autokorelasi karena nilai DW berada diantara DU dan $4-DU$.

Tabel 3.12

Hasil Uji Autokorelasi Persamaan Model 2

Uji Autokorelasi	dU	Dw test	4-dU	Keterangan
Uji Durbin-Watson	1,7574	2,006	2,2426	Tidak terjadi autokorelasi

Sumber: Lampiran 7 Uji Asumsi Klasik Model Persamaan 2

a) Uji statistik F (regresi persamaan 1)

Uji statistik F dalam regresi linear berganda menunjukkan bahwa ada tidaknya pengaruh variabel independen secara simultan/keseluruhan terhadap variabel dependen (Ghozali, 2011). Tujuan lainnya adalah untuk melihat apakah suatu model regresi dapat atau layak digunakan untuk memprediksi variabel dependen ataukah tidak. . Adapun cara pengujian dalam uji F ini, yaitu dengan menggunakan suatu tabel yang disebut dengan tabel ANOVA (*Analysis of Variance*) dengan melihat nilai signifikansi ($Sig < 0,05$ atau 5 %). Jika nilai probabilitas kurang dari 0,05, maka ada pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, sehingga variabel model regresi layak atau dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen, dan sebaliknya. Berikut adalah hasil uji F pada tabel 3.13:

Tabel 3.13

Hasil Uji Statistik F Persamaan Model 1

Model	F Hitung	Sig.
Regression 1	33,504	0,000

Sumber: Lampiran 5 Uji Regresi Linear Berganda (Model persamaan 1)

Berikut ini hasil uji stastistik F pada table 3.16 :

Tabel 3.16

Hasil Uji Statistik F Persamaan Model 2

Model	F Hitung	Sig
Regresi 2	19,804	0,00

Sumber: Lampiran 7 Uji Regresi Linear Berganda Model persamaan 2

Berdasarkan Tabel 3.15 di atas nilai Fhitung diperoleh 19,804 dengan tingkat probabilitas 0,000. Karena tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh variabel independen Profitabilitas (ROA), Kebijakan Deviden (DPR), *Corporate Sosial Responsibility (CSR)*, *Corporate Sosial Responsibility (CSR)*, Moderasi ROA*CSR, dan Moderasi DPR*CSR terhadap Nilai Perusahaan (PBV), sehingga model regresi dapat atau layak digunakan untuk memprediksi variabel dependen.

b) Uji t (persamaan 1)

Uji t digunakan untuk membuktikan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial yaitu apabila suatu variabel mempunyai probabilitas kurang dari 0,05 maka hal ini berarti variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Hasil uji t sesuai tabel sebagai berikut :

Tabel 3.14

Hasil Uji T Persamaan Model 1

model	Unstandardized		Standardized	t	sig
	B	Std.			
(Constant)	0,097	0,461		0,211	0,833
ROA	18,287	2,626	0,488	6,964	0,000
DPR	2,643	0,872	0,213	3,036	0,003

Sumber: Lampiran 6 Uji Regresi Linear Berganda Model persamaan 1

Penjelasan pengujian hipotesis yang dianalisis berdasarkan tabel 3.14 adalah sebagai berikut:

1) Pengujian Pengaruh Profitabilitas (ROA) terhadap Nilai Perusahaan (PBV)

H₁: Profitabilitas (ROA) berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan (PBV).

Berdasarkan hasil olah data diperoleh nilai sig. $0,000 < 0,05$, dengan arah koefisien regresi 6,964 maka disimpulkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara Profitabilitas (ROA) terhadap Nilai Perusahaan (PBV). Dengan demikian hipotesis pertama (H₁) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan dinyatakan **diterima**.

2) Pengujian Pengaruh Kebijakan Deviden (DPR) terhadap Nilai Perusahaan (PBV)

H₂: Kebijakan Deviden (DPR) berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan (PBV).

Berdasarkan hasil olah data diperoleh nilai sig. $0,003 < 0,05$, dengan taraf koefisien regresi 3,036 maka disimpulkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara Kebijakan Deviden (DPR) terhadap Nilai Perusahaan (PBV). Dengan demikian hipotesis kedua (H₂) yaitu kebijakan dividen berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan dinyatakan **diterima**.

Uji ini dilakukan setelah melakukan uji koefisien regresi secara keseluruhan. Hasil dari uji t sesuai tabel 3.16 sebagai berikut

Tabel 3.17
Hasil Uji t Persamaan Model 2

	Unstandarized			
--	---------------	--	--	--

model	B	Std.	Standardized	t	sig
(Constant)	2,768	1,692		1,636	-0,104
ROA	-12,465	11,808	-0,333	-1,056	0,293
DPR	-2,178	2,356	-0,175	0,-924	0,357
CSR	-4,730	3,162	-0,154	-1,496	0,137
ROA*CSR	53,373	21,217	0,834	2,429	0,016
DPR*CSR	10,085	4,947	0,422	2,039	0,043

Sumber : Lampiran 7 Uji Regresi Linear Berganda Model persamaan 2

Penjelasan pengujian hipotesis yang dianalisis berdasarkan Tabel 3.16 adalah sebagai berikut:

1) Uji pengaruh *Corporate Social Responcibility* (CSR) dalam memoderasi profitabilitas terhadap nilai perusahaan (H3). Hasil uji (t) ini menunjukkan profitabilitas sebagai variabel independen pada persamaan kedua memiliki nilai probabilitas sebesar $0,293 > 0,05$ (tidak signifikan) akan tetapi ketika dilakukan interaksi dengan CSR maka memiliki nilai probabilitas sebesar $0,016 < 0,05$ (signifikan), yang berarti variabel CSR memperkuat pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Demikian hipotesis ketiga (H3) yang menyatakan bahwa CSR memperkuat pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dinyatakan **diterima**. Hasil uji statistik t juga menunjukkan bahwa CSR adalah sebagai quasi moderasi yang artinya CSR dalam penelitian kali ini bisa menjadi variabel independen dan bisa juga menjadi variabel moderasi.

2) Uji pengaruh *Corporate Social Responcibility* (CSR) dalam memoderasi pengaruh kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan (H4). Hasil uji t ini menunjukkan kebijakan dividen (DPR) sebagai variabel independen pada persamaan kedua memiliki nilai probabilitas sebesar $0,357 > 0,05$ (tidak signifikan) akan tetapi

ketika dilakukan interaksi DPR dengan CSR maka memiliki nilai probabilitas sebesar $0,043 < 0,05$ (signifikan) yang berarti variabel CSR memperkuat hubungan DPR terhadap nilai perusahaan. Demikian hipotesis keempat (H4) yang menyatakan bahwa CSR memperkuat pengaruh DPR terhadap nilai perusahaan dinyatakan **diterima**. Hasil uji statistik t juga menunjukkan bahwa CSR adalah sebagai quasi moderasi yang artinya CSR dalam penelitian kali ini bisa menjadi variabel independen dan bisa juga menjadi variabel moderasi.

3) Uji koefisien determinasi (regresi persamaan 1)

Pengujian koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui besarnya persentase variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen (Ghozali, 2011). Pada penelitian ini menggunakan *adjusted R2* karena hubungan antar variabel ini menggunakan regresi linear berganda. Semakin besar nilai *adjusted R2* atau semakin mendekati angka 1 menunjukkan bahwa semakin besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil dari regresi determinasi pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel 3.15 yaitu :

Tabel 3.15

Hasil Koefisien Determinasi Persamaan 1

model	Adjusted R Square
Regresi 1	0,310

Sumber: Lampiran 6 Uji Regresi Linear Berganda Model persamaan 1

Nilai *Adjusted R Square* adalah 0,310 atau sebesar 31 % dapat disimpulkan bahwa pengaruh profitabilitas dan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan adalah 31 %, sedangkan sisanya sebesar 69 % dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian.

Hasil dari uji koefisien determinasi pada penelitian ini dapat kita lihat pada tabel 3.18 yaitu:

Tabel 3.18
Hasil Koefisien Determinasi Persamaan 2

model	Adjusted R Square
Regresi 2	0,393

Sumber : Lampiran 7 Uji Regresi Linear Berganda Model persamaan 2

Nilai *Adjusted R Square* adalah 0,393 atau sebesar 39,3 %. Dapat disimpulkan bahwa pengaruh profitabilitas, kebijakan dividen, *corporate social responcebility*, profitabilitas* *corporate social responcebility* dan kebijakan dividen* *corporate social responcebility* terhadap nilai perusahaan adalah 39,3 %, sedangkan sisanya sebesar 60,7 % (100 % - 39,3 %) dipengaruhi oleh variabel- variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam penelitian ini.

Keterbatasan

Penelitian ini hanya meneliti dengan objek perusahaan manufaktur yang terdaftar dalam BEI untuk peneliti selanjutnya disarankan hanya meneliti perusahaan LQ45, GCG yang *listing* di BEI, sehingga memungkinkan nilai perusahaan dan *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* akan mengalami peningkatan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ang,Robbert.(1997).buku pintar:pasar modal indonesia (*the itelligent guide to indonesian capital market*).mediasoft indonesia,first edition.
- Amanti, L., & Venusita, L. I. N. T. A. N. G. (2012). Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan Corporate Sosial Responsibility sebagai Variabel Pemoderasi (Studi Kasus Pada Perusahaan Rokok Yang Terdaftar Di BEI). *Jurnal Akuntansi Unesa*, 1(1), 1-21.
- Brigham,Eugene F dan Joel F Houston.2007.*Essential of financial management.singapore:cangege learning Asia Ltd*
- Ghozali, I., 2011, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Semarang: BPFE Universitas Diponegoro
- Hanafi,Mamduh.2014.Manajemen keuangan,Edisi Pertama.BPFE,Yogyakarta
- Hardiatmo,Budi dan Daljono.2013.Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi kebijakan deviden.Diponegoro Journal Of Accounting,vol.2,no.1.hal 1-13
- Hermawan,Sigit.Maufal N Afiyah.2014.pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan dengan pengungkapan *corporate social responsibility* sebagai variabel pemoderasi.JDA.ISSN 2085-4277.unversitas muhammadiyah sidoarjo.
- Herawati, T. (2013). Pengaruh Kebijakan Dividen, Kebijakan Hutang Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Manajemen*, 2(02).
- Hermawati,Angra.2011.pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan dengan pengungkapan corporate social resposibility dan struktur kepemilikan sebagai variabel pemoderasi.jurnal.Universitas Gunadarma
- Imron, Galih S. Hidayat, Riskin. Aliyah, Siti. 2013. “*Pengaruh Kinerja Keuangan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Dan Good Corporate Governance Sebagai Variabel Moderasi*”. Jurnal, ISSN 1829 - 7978. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi ‘YPPPI’ Rembang.
- Kurniasih, Retno. Jaryono. Najmudin. 2013. “*Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Pemoderasi*”.Jurnal. Universitas Jenderal Soedirman.
- Kusumadilaga, R. (2010). *Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris Pada Perusahaan*

Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia) (Doctoral dissertation, Perpustakaan FE UNDIP).

Mardiyati, U., Ahmad, G. N., & Putri, R. (2012). Pengaruh Kebijakan Dividen, Kebijakan Hutang dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2005-2010. *JRMSI-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 3(1), 1-17.

Rahmawati, A., Fajarwati, & Fauziyah, 2015, *Statistika*, Yogyakarta : Penerbit Laboratorium Manajemen FE UMY

Sekaran, u. (2006). In metodologi penelitian untuk bisnis (pp. 1-349). Jakarta: salemba empat.

Mustanda, I. K., & MM, I. (2016). Pengaruh Profitabilitas Dan Size Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Csr Sebagai Variabel Pemoderasi. *E-Journal Manajemen Universitas Udayana*, 5.

Undang- Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas.http://www.esdm.go.id/batubara/doc_download/6-undangundang-nomor-40-tahun-2007.html. (30 Oktober 2017).

Utami. Anindyati Sarwindah. 2011. “*Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Dan Good Corporate Governance Sebagai Variabel Pemoderasi*”.Jurnal. Universitas Jember.

Puspitasari, R. E. (2012). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Dan Good Corporate Governance Sebagai Variabel Pemoderasi (Sensus Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal. Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi Tasikmalaya*

Weston, J. Fred dan Thomas E. Copeland. *Manajemen Keuangan*. Edisi Kesembilan. Jilid1. Bina Aksara. Jakarta.

Wijaya,Anthony.Linawati Nanik.2015.pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan.jurnal.FINESTA 46-51.Universitas Kristen Petra.

