

## PENGARUH STRUKTUR MODAL DAN CSR TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL MODERASI

Diah Ayu Permadani<sup>1</sup>, Maya Novitasari<sup>2</sup>, Puji Nurhayati<sup>3</sup>

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Madiun

Email : [Diahayupermadani77@gmail.com](mailto:Diahayupermadani77@gmail.com)<sup>1</sup>, [maianov87.mn@gmail.com](mailto:maianov87.mn@gmail.com)<sup>2</sup>,

[Pujinurhayati@unipma.ac.id](mailto:Pujinurhayati@unipma.ac.id)<sup>3</sup>

### Abstrak

Pada umumnya semua perusahaan harus meningkatkan nilai perusahaan agar dapat mencapai tujuan utamanya yaitu mensejahterakan pemilik perusahaan dan para pemegang saham. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh struktur modal dan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi pada perusahaan sektor aneka industri yang terdaftar di BEI periode 2014-2019. Data yang digunakan adalah data sekunder dari BEI dan website perusahaan. Populasi penelitian ini adalah seluruh perusahaan sektor aneka industri yang berjumlah 270 perusahaan. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling sehingga diperoleh 169 perusahaan. Teknik analisis data menggunakan *moderate regression analysis* (MRA). Data diolah menggunakan IBM SPSS *Statistics* v.20. Hasil penelitian menunjukkan bahwa struktur modal tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan, profitabilitas mampu memoderasi hubungan struktur modal terhadap nilai perusahaan, profitabilitas tidak mampu memoderasi hubungan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan.

**Kata Kunci:** Struktur Modal, Corporate Social Responsibility, Nilai Perusahaan, Profitabilitas

### Abstract

*In general, all companies must increase the value of the company in order to achieve its main goal, namely the welfare of company owners and shareholders. The purpose of this study was to determine the effect of capital structure and corporate social responsibility on firm value with profitability as a moderating variable in various industrial sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange for the period 2014-2019. The data used is secondary data from the IDX and the company's website. The population of this research is all companies in the various industrial sectors, totaling 270 companies. The sampling technique used purposive sampling method in order to obtain 169 companies. The data analysis technique used moderate regression analysis (MRA). Data was processed using IBM SPSS Statistics v.20. The results showed that capital structure had no effect on firm value, corporate social responsibility had no effect on firm value, profitability was able to moderate the relationship between capital structure and firm value, and profitability was not able to moderate the relationship between corporate social responsibility and firm value.*

**Keywords:** Capital Structure, Corporate Social Responsibility, Company Value, Profitability

### PENDAHULUAN

Nilai Perusahaan merupakan gambaran kepercayaan public kepada perseroan untuk memperoleh laba yang maksimal, dan mensejahterakan pemilik saham atau pemegang saham untuk meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham yang tinggi. (Apriada & Suardikha, 2016). Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi, dan meningkatkan kepercayaan pasar tidak hanya terhadap kinerja perusahaan saat ini namun juga pada prospek perusahaan yang di masa mendatang (Rahayu & Sari, 2018). Peningkatan harga saham sama artinya meningkatkan nilai perusahaan, sehingga lebih lanjut dapat menjamin kemakmuran pemegang saham (Lubis et al., 2017). Struktur Modal juga berperan penting dalam meningkatkan nilai perusahaan dengan memastikan penggunaan modal yang dilakukan oleh perusahaan untuk mendanai segala kegiatan yang terjadi diperusahaan. *Corporate Social Responsibility* adalah Tanggung jawab social dari perusahaan antara sebuah perusahaan dengan semua stakeholder, termasuk didalamnya adalah pelanggan atau customers, pegawai, komunitas, pemilik atau investor, pemerintah, supplier bahkanjuga competitor (Tenriwaru & Nasaruddin, 2020). Selanjutnya, profitabilitas disini sebagai variabel moderasi digunakan dalam penelitian ini karena secara teoritis semakin tinggi tingkat profitabilitas yang dicapai perusahaan maka semakin kuat pula hubungan pengungkapan social dengan nilai perusahaan (Kusumadilaga, 2010). Menurut penelitian (Paranita et al., 2017) Pergerakan Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) merupakan panduan penting untuk menganalisis kinerja saham perusahaan yang diperdagangkan di Bursa Efek Indonesia (BEI) secara keseluruhan. Sebelum mempertimbangkan investasi, investor dapat memprediksi pasar modal Indonesia yang sedang lesu atau bergairah melalui analisis IHSG. Sesuai dengan hukum permintaan dan penawaran, kenaikan harga-harga produk secara umum akan memicu penurunan harga saham perusahaan. Untuk itu, pemerintah dan Bank Indonesia selalu memantau dan berusaha mengendalikan laju inflasi.

Masalah keuangan diindonesia saat ini begitu menarik diberbincangkan karena dengan kenaikannya IHSG disuatu perusahaan. Dalam Tranding saham lebih dikenal dengan istilah monitoring saham atau screening saham. Monitoring dalam dunia saham bukan sekedar memantau pergerakan harga saham naik atau turunnya harga saham, tetapi juga menganalisis untuk strategi yang harus disiapkan kedepannya. Tetapi seringkali pemain saham hanya sekedar memonitoring IHSG tanpa melihat dengan lebih cermat bagaimana pergerakan saham-saham yang terdaftar dibursa efek Indonesia. Seperti yang terjadi beberapa pekan lalu Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) masih menguat hingga sesi I perdagangan. IHSG ditutup naik 49,05 poin atau 0,87% ke 5.661,47

atau 5.661. pada penutupan perdagangan sesi I, Jakarta (1/12/2020) 7 sektor peopang IHSG mengalami kenaikan. Dimana sektor aneka industri naik paling tinggi sebesar 2,5%. Sementara itu ada 3 sektor yang alami penurunan saham. Diantaranya sektor infrastruktur turun 0,15%, pertambangan turun 0,51% da sektor perkebunan 0,57%. Ideks LQ45 naik 10,42 poin atau 1,18% ke 893,49, indeks JLL naik 2,72 poin atau 0,47% ke 600,59, Indeks IDX30 naik 5,98 poin atau 1,25% ke 484,78 dan indeks MNC36 naik 3,58 poin atau 1,16% ke #07,48. Sementara itu, BEI mencatat gainers hingga siang yaitu, saham PT GMF AeroAsia Tbk (GMFI) naik Rp17 atau 17,35% ke Rp115, saham PT Alfa Energi Investama Tbk (FIRE) naik Rp57 atau 12,72% ke Rp505, dan saham PT Terregra Asia Energy Tbk (TGRA) naik Rp10 atau 9,17% ke Rp119. ([idxchannel.okezone.com](http://idxchannel.okezone.com))

Dengan hasil ketidak konsistensian yang dilakukan peneliti terdahulu membuat peneliti tertarik untuk meneliti Struktur Modal dan *Corporate Social Responsibility*. Perbedaan penelitian yang akan dilakukan ini dengan penelitian sebelumnya adalah menjadikan *Profitabilitas* sebagai variabel moderasi. Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dijelaskan peneliti tertarik untuk mengambil judul “PENGARUH STRUKTUR MODAL DAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL MODERASI”

## **KAJIAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

### **KAJIAN TEORI**

#### *Signaling Theory*

Teori sinyal (*Signaling Theory*) merupakan salah satu teori pilar dalam memahami manajemen keuangan. Secara umum, sinyal diartikan sebagai isyarat yang dilakukan oleh perusahaan (manajer) kepada pihak luar (investor). Sinyal tersebut berwujud berbagai bentuk, baik yang secara langsung dapat diamati maupun yang harus dilakukan penelahaan lebih mendalam untuk dapat mengetahuinya. Apapun bentuk atau jenis dari sinyal yang dikeluarkan, semuanya dimaksudkan untuk menyiratkan sesuatu dengan harapan pasar atau pihak eskternal akan melakukan perubahan penilaian atas perusahaan. *Signaling theory* menjelaskan alasan perusahaan menekankan kepada pentingnya informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan terhadap keputusan investasi pihak di luar perusahaan. Informasi merupakan unsure penting bagi investor dan pelaku bisnis karena informasi pada hakekatnya menyajikan keterangan, catatan atau gambaran baik untuk keadaan masa lalu, saat ini maupun keadaan masa yang akan datang bagi kelangsungan

hidup suatu perusahaan dan bagaimana pasaran efeknya. Menurut teori ini struktur modal merupakan signal yang disampaikan oleh manager ke pasar. Jika manager mempunyai keyakinan bahwaprospek perusahaan baik, dan karenanya ingin agar saham tersebut meningkat, ia mengkomunikasikan hal tersebut kepada investor dengan menggunakan hutang lebih banyak sebagai signal yang lebih credible. (Widiyanto, 2017)

### *Agency Theory*

Dalam teori keagenan (*Agency theory*) hubungan agensi muncul ketika satu orang atau lebih (*principal*) mempekerjakan orang lain (*agent*) untuk memberikan suatu jasa dan kemudian mendelegasikan wewenang pengambilan keputusan kepada agent tersebut. Teori agensi merupakan teori yang digunakan perusahaan dalam mendasari praktik bisnisnya. Dalam hubungan keagenan manajer sebagai pihak yang memiliki akses langsung terhadap informasi perusahaan, memiliki asimetris informasi terhadap pihak eksternal perusahaan, seperti kreditor dan investor. Dimana ada informasi yang tidak diungkapkan oleh pihak manajemen kepada pihak eksternal perusahaan, termasuk investor. Untuk memperkecil asimetris informasi, maka pengelolaan perusahaan harus diawasi dan dikendalikan untuk memastikan bahwa pengelolaan dilakukan dengan penuh kepatuhan kepada berbagai peraturan dan ketentuan yang berlaku. (Novalia & Nindito, 2016). Salah satu sudut pandang dari teori agensi adalah *conflict resolution hypothesis* yang menyatakan bahwa perusahaan menggunakan kegiatan *Corporate social responsibility* untuk mengurangi potensi konflik (*agency problem*) antara manajer dan pihak lainnya termasuk *stakeholder*, yang akhirnya bisa meningkatkan nilai perusahaan sehingga dapat mengurangi biaya agensi (*agency cost reduction*). (Liu et al., 2016)

### *Stakeholder Theory*

*Stakeholder theory* menjelaskan bahwa perilaku etis perusahaan berupa tanggung jawab social terhadap lingkungan sekitarnya memberikan dampak positif yang dalam jangka panjang akan tercermin pada keuntungan (*profit*) perusahaan dan peningkatan kinerja keuangan. Semakin luas informasi yang disampaikan kepada *stakeholder* dan *shareholder* maka akan semakin memperbanyak informasi yang diterima mengenai perusahaan. Hal ini akan menimbulkan kepercayaan *stakeholder* dan *shareholder* kepada perusahaan. Kepercayaan ini ditunjukkan *stakeholder* dengan diterimanya produk-produk perusahaan sehingga akan meningkatkan laba perusahaan. (Ayem & Ginting, 2020). Teori *stakeholder* menjelaskan pengungkapan *corporate social responsibility* perusahaan sebagai cara untuk berkomunikasi dengan *stakeholder*. Implikasinya adalah perusahaan

akan secara sukarela melaksanakan *Corporate social responsibility* karena pelaksanaan *corporate social responsibility* adalah merupakan bagian dari peran perusahaan ke *stakeholder*. (Efriyanti & Genevine, 2012)

### **Profitabilitas**

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri. Profitabilitas merupakan alat yang digunakan untuk menganalisis kinerja manajemen, tingkat profitabilitas akan menggambarkan posisi laba perusahaan. Para investor dipasar modal sangat memperhatikan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan dan meningkatkan laba, hal ini merupakan daya tarik bagi investor dalam melakukan jual beli saham, oleh karena itu manajemen harus mampu memenuhi target yang telah diterapkan (Rizaldi et al., 2019).

### **Nilai Perusahaan**

Nilai perusahaan dapat diartikan sebagai nilai pasar. Karena nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran apabila harga saham perusahaan meningkat. Semakin tinggi harga saham, maka makin tinggi kemakmuran pemegang saham. Untuk mencapai nilai perusahaan umumnya para pemodal menyerahkan pengelolaannya kepada para profesional (orang yang lebih mengerti) dan pemodal hanya akan menerima hasil jadi atas apa yang telah diinvestasikan (Rizaldi et al., 2019). Memaksimalkan nilai perusahaan sangat penting karena tujuan utama perusahaan adalah meningkatnya nilai perusahaan maka kesejahteraan para pemilik juga akan meningkat.

### **Struktur Modal**

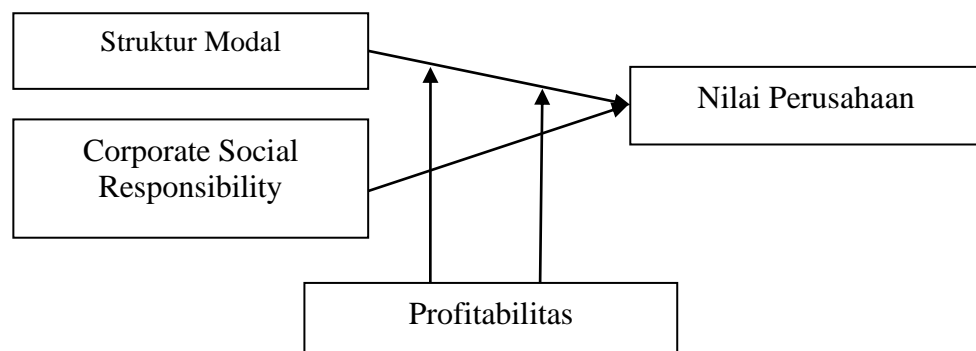
Struktur modal adalah proporsi pendanaan dengan hutang (*debt financing*) perusahaan, yaitu rasio leverage perusahaan. Dengan demikian, hutang adalah unsur dari struktur modal perusahaan. Struktur modal merupakan kunci perbaikan produktivitas dan kinerja perusahaan. Teori struktur modal menjelaskan bahwa kebijakan pendanaan (*financial policy*) perusahaan dalam menentukan struktur modal (bauran antara hutang dan ekuitas) bertujuan untuk mengoptimalkan nilai perusahaan (*value of the firm*). *Debt to Equity Ratio* (DER) dapat memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki oleh perusahaan sehingga dapat diketahui tingkat risiko tak terbayarkan suatu hutang. *Debt to Equity Ratio* (DER) juga menunjukkan tingkat hutang perusahaan, perusahaan dengan hutang yang besar mempunyai biaya hutang yang besar pula. Hal tersebut menjadi beban bagi perusahaan yang dapat menurunkan tingkat kepercayaan investor (Chasanah, 2018).

### *Corporate social Responsibility*

*Corporate Social Responsibility* (tanggung jawab sosial perusahaan) perusahaan diungkapkan di dalam laporan yang disebut *Sustainability Reporting*. *Sustainability Reporting* adalah pelaporan mengenai kebijakan ekonomi, lingkungan dan sosial, pengaruh dan kinerja organisasi dan produknya di dalam konteks pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*). *Sustainability Reporting* harus menjadi dokumen strategis yang berlevel tinggi yang menempatkan isu, tantangan dan peluang *Sustainability Development* yang membawanya menuju kepada bisnis yang utama dan sektor industrinya (Surya, 2018). Pengukuran variabel *Corporate Social Responsibility* ini dilakukan dengan menggunakan check list yang mengacu pada *Global Reporting Initiative* (GRI). Pada umumnya menggunakan standar sustainability report yang dibuat oleh GRI (*Global Reporting Initiative*) sebagai acuan penyusunan pelapor *Corporate Social Responsibility*. (Ayem & Ginting, 2020).

### PENGEMBANGAN HIPOTESIS

#### Kerangka berfikir



### HIPOTESIS

#### **Pengaruh Struktur modal terhadap nilai perusahaan**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Rizaldi et al., 2019) menyatakan bahwa Struktur modal berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan karena semakin tinggi struktur modal maka nilai perusahaan akan semakin meningkat. Sependapat dengan (Meidiawati, 2016) bahwa struktur modal berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena semakin besar hutang maka akan semakin meningkat nilai perusahaan namun hanya sampai pada batas tertentu saja.

H<sub>1</sub> : Struktur modal berpengaruh terhadap nilai perusahaan

#### **Pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Fajriana, 2016) menyatakan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Sependapat dengan (Purwita et al., 2019) bahwa *corporate socialresponsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

H<sub>2</sub> : *Corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan

### **Pengaruh profitabilitas sebagai variabel pemoderasi dalam hubungan struktur modal terhadap nilai perusahaan.**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Telaumbanua et al., 2021) mengatakan bahwa Struktur modal berpengaruh pada nilai perusahaan dengan mengukur Debt To Equity Ratio (DER) dari kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajibannya, yakni membayar utang menggunakan modal sendiri. Semakin tinggi nilai DER, maka semakin rendah risiko yang ditanggung oleh perusahaan dalam membayar utang sehingga akan meningkatkan kepercayaan investor. Sependapat dengan (Ramadhani et al., 2021) bahwa Profitabilitas mampu memoderasi struktur modal terhadap nilai perusahaan.

H<sub>3</sub> : Profitabilitas mampu memoderasi pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan

### **Pengaruh profitabilitas sebagai variabel pemoderasi dalam hubungan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan**

Dapat disimpulkan penelitian yang dilakukan oleh (Putri et al., n.d.) menyatakan bahwa profitabilitas mampu memoderasi hubungan antara *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan. Menurut (Sunaryo et al., 2018) bahwa profitabilitas mampu memoderasi *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan.

H<sub>4</sub> : Profitabilitas mampu memoderasi pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan

## **METODE PENELITIAN**

### **Populasi dan Sampel**

Populasi dalam penelitian ini adalah menggunakan semua perusahaan manufaktur sektor aneka industri di BEI selama 2014-2019 yaitu terdapat 270 perusahaan. Dan Dalam penelitian ini menggunakan sampel dari laporan keuangan tahunan perusahaan sektor aneka industri di BEI periode 2014-2019 yaitu 169 perusahaan. Sampel penelitian memakai teknik *purposive sampling*.

### Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan data sekunder. Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung dari responden. Data sekunder dalam penelitian ini adalah data *Annual Report* perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2015-2019. Sumber diperoleh dari website [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id). Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dengan program SPSS Statistics.

### Instrumen Penelitian

No	Variabel	Alat Ukur / Indikator	Skala
1.	Struktur Modal (Oktrima, 2017)	$DER = \frac{Debt\ Total}{Equity\ Total}$	Rasio
2.	<i>Corporate Social Responsibility</i> (Ayem & Ginting, 2020)	$CSRDi = \frac{\sum X_{ij}}{n}$	Rasio
3.	Nilai Perusahaan (Meidiawati, 2016)	$PBV = \frac{(Nilai\ Pasar\ Saham)}{Nilai\ Buku\ Perlembar\ Saham}$	Rasio
4.	Profitabilitas (Meidiawati, 2016)	$ROE = \frac{Laba\ Setelah\ Pajak}{Ekuitas}$	Rasio

### Teknik Analisis Data

#### Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif berkaitan dengan pengumpulan dan peningkatan data yang menggambarkan karakteristik sampel yang digunakan dalam penelitian ini. Analisis ini untuk menjelaskan karakteristik sampel terutama yang mencakup nilai rata-rata (mean), nilai ekstrim yaitu nilai minimum dan nilai maksimum serta standart deviasi. (Ghozali, 2018).

#### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas



(Ghozali, 2018) menjelaskan uji normalitas tujuannya untuk pengujian model regresi, variabel pengganggu atau residual apakah berdistribusi normal.

### **Uji Multikolinieritas**

(Ghozali, 2018) menjelaskan uji multikolinieritas tujuannya untuk pengujian dalam model regresi yang terdapat atau tidaknya korelasi antar variabel independen.

### **Uji Autokorelasi**

(Ghozali, 2018) Menjelaskan bahwa ada tidaknya korelasi antara pengganggu saat ini dengan sebelumnya bisa diketahui dengan melakukan uji autokorelasi dalam model regresi.

### **Uji Heteroskedastisitas**

(Ghozali, 2018) menjelaskan uji heteroskedastisitas sebagai pengujian model regresi apakah terjadinya ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan pada pengamatan lainnya, apabila kepengamatan lain tetap, dinamakan homoskedastisitas dan apabila berbeda dikatakanlah heteroskedastisitas.

### **Uji Statistik**

#### **Uji T (Uji Parsial)**

Uji T, Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen, dasar pengambilan keputusan dalam uji t adalah dengan tingkat kepercayaan 95% atau  $\alpha = 5\%$  (0,05) (Ghozali, 2018).

#### **Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2018).

### **Pengujian Hipotesis**

#### **Analisis Regresi Linier Berganda**

Ghozali (2018) mengatakan regresi linier berganda ialah teknik analisis yang kegunaannya untuk menguji variabel dependen yang berpengaruh pada variabel independen pada variabel dependen.

#### ***Moderated Regression Analysis (MRA)***

(Ghozali, 2018) menyatakan *Moderated Regression Analysis* (MRA), digunakanlah untuk mengujikan efek moderasi dipersamaan regresi liniernya secara bertahap sebagai pengontrol pengaruh pada variabel moderasi.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### Statistik Deskriptif

**Tabel 4.2 Uji Statistik Deskriptif**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
SM	96	10,00	321,00	105,1979	73,94872
CSR	96	10,00	65,00	31,0625	14,70110
NP	96	0,00	120,00	30,0833	34,62116
P	96	-7,00	25,00	5,5729	7,03636
Valid N (listwise)	96				

(Sumber : Data diolah Spss V.20)

Tabel tersebut menghasilkan variabel Struktur Modal yang memiliki nilai minimum 10,0 nilai maximum 321,0, dan untuk nilai rata-ratanya 105.1979 pada standar deviasi 73.94872. Nilai standar deviasi dan mean manandakan bahwa sebaran data sudah baik karena standar deviasi tidak melebihi nilai mean. Sementara Variabel *Corporate social responsibility* menghasilkan nilai minimum 10,0, nilai maximum 65,0, dan sedangkan untuk nilai rata-ratanya 31.0625 pada standar deviasi 14.70110 juga diketahui bahwa standar deviasi tidak melebihi nilai mean dan dinyatakan bahwa sebaran data sudah baik. Variabel nilai perusahaan menghasilkan nilai minimum 0,00, dan untuk nilai maximum 120,0, sedangkan untuk nilai rata-ratanya 30.0833 pada standar deviasi 34.62116 . dengan nilai standar deviasi yang tidak melebihi nilai mean dinyatakan sebaran data sudah baik. Sementara Variabel profitabilitas menghasilkan nilai minimum -7,00, nilai maximum 25,00, dan untuk nilai rata-ratanya 5.5729 pada standar deviasi 7.03636.

#### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

**Tabel 4.3 Uji Normalitas**

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0E-7
	Std. Deviation	32.99003170
Most Extreme Differences	Absolute	,118
	Positive	,118
	Negative	-,101
Kolmogorov-Smirnov Z		1,154
Asymp. Sig. (2-tailed)		,139

Pada hasil pengujian diatas diketahui bahwasanya nilai Asymp. Sig(2-tailed) adalah 0,139. Hasil tersebut lebih besar dari 0,05, maka jenis penelitian ini dapat disimpulkan bahwa berdistribusi normal.

### Uji Multikolonieritas

**Tabel 4.4 Uji Multikolinearitas**

Model	Collinearity Statistic	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
SM	,982	1,019
CSR	,982	1,019

Hasil table diatas menunjukkan nilai tolerance struktur modal 0,982 sedangkan VIF 1,019 sementara Corporate social responsibility nilai tolerance 0,982 dan nilai VIF 1,109. Menurut (Ghozali, 2018) menyatakan dalam uji multikolonieritas apabila nilai tolerance  $> 0,10$  dan nilai VIF  $< 10$  maka tidak terjadi gejala multikolonieritas pada setiap variabel independen. Sebaliknya jika nilai tolerance  $< 0,10$  dan nilai VIF  $> 10$  dianggap terjadi gejala multikolonieritas dalam variabel independen.

### Uji Autokorelasi

**Tabel 4.5 Uji Autokorelasi**

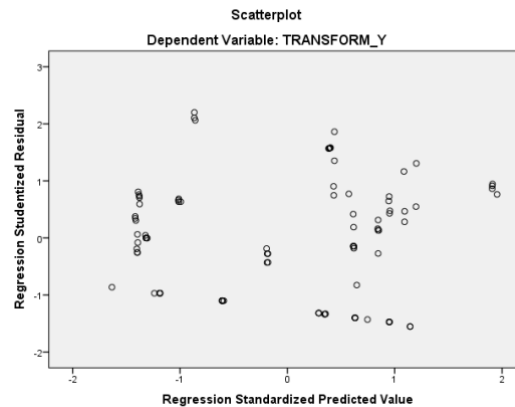
#### Runs Test

	Unstandardized Residual
Test Value <sup>a</sup>	-,00521
Cases < Test Value	48
Cases $\geq$ Test Value	48
Total Cases	96
Number of Runs	43
Z	-1,231
Asymp. Sig. (2-tailed)	,218

(Sumber : Data diolah Spss V.20)

Berdasarkan hasil diatas nilai Asymp. Sig (2-tailed) sebesar 0,218 lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05 maka dapat disimpulkan tidak terjadi autokorelasi. Menurut (Ghozali, 2018) Pengambilan keputusan dilakukan dengan melihat Asymp. Sig (2-tailed) uji Run Test. Apabila nilai Asymp. Sig (2-tailed) lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05 maka dapat disimpulkan tidak terdapat autokorelasi. Sebaliknya jika nilai Asymp. Sig (2-tailed) lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05, maka dapat disimpulkan terdapat autokorelasi.

#### a. Uji Heteroskedatistas



(Sumber : Data diolah Spss V.20)

Berdasarkan hasil diatas titik-titik dalam grafik scatterplots terlihat menyebar secara acak dan tersebar dibawah ataupun diatas angka 0 pada sumbu Y. gambar tersebut menunjukkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini tidak menimbulkan heterokedastisitas.

### Hasil Pengujian Hipotesis

#### Analisis Regresi Linier Berganda

##### Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
(Constant)	1,856	1,702	
SM	-,159	,106	-,160
CSR	,801	,258	,329

(Sumber : Data diolah Spss V.20)

Dilihat pada tabel diatas bahwa persamaannya regresi linier berganda yaitu :  $Y = a + b_1 x_1 + b_2 x_2$  Nilai perusahaan = 1,856 + -0.159 Struktur modal + 0,801 *Corporate social responsibility* maka:

1. Memperlihatkan nilai konstanta sebesar 1,856 maka saat variabel independen bernilai nol akan diperoleh nilai perusahaan sebesar 1,856.

2. Koefisiennya regresi pada variabel struktur modal nilainya -0,159 yang berarti tidak searah terhadap hubungan terhadap nilai perusahaan sebesar -0,159, maka apabila struktur modal meningkat 1 satuan nilai perusahaan dapat menurun sebesar -0,159.

Menunjukkan nilai koefisien pada variabel *corporate social responsibility* nilainya 0,801 yang berarti ada hubungan searah pada nilai perusahaan sebesar 0,801, maka apabila *corporate social responsibility* meningkatnya 1 satuan maka nilai perusahaan dapat meningkat sebesar 0,801.

### *Moderated Regression Analysis (MRA)*

#### Hasil uji persamaan 1

**Tabel 4.7 Uji Persamaan 1**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	1,856	1,702	(Constant)	,669	,505
SM	-,159	,106	SM	-,043	,966
CSR	,801	,258	CSR	2,295	,024

(Sumber : Data diolah Spss V.20)

Berdasarkan hasil output regresi uji persamaan 1 untuk uji t didapatkan hasil sebagai berikut : Dari hasil hitung SPSS versi 20 olah data persamaan regresi uji 1 dari t hitung pada variabel struktur modal, *corporate social responsibility* dengan variabel dependen nilai perusahaan. Nilai t konstan 0,669, nilai t dari struktur modal sebesar -0,043 dan untuk nilai t *corporate social responsibility* sebesar 2,295. Dengan mengetahui nilai signifikan dari kedua variabel yaitu nilai signifikan dari struktur modal  $0,966 > 0,05$ . Variabel dengan nilai signifikan *corporate social responsibility*  $0,024 < 0,05$ .

#### Hasil uji persamaan 2

**Tabel 4.8 Uji Persamaan 2**

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	T	Sig.
-------	-----------------------------	---------------------------	---	------

	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1,856	1,702		1,090	,279
SM	-,159	,106	-,160	-1,503	,137
CSR	,801	,258	,329	3,104	,003
P	-,257	,242	-,111	-1,064	,291

(Sumber : Data diolah Spss V.20)

Berdasarkan hasil diatas diperoleh hasil ringkasan output regresi sebagai berikut ini :

Nilai t konstanta 1,090, nilai t untuk Struktur modal adalah -1,503, *Corporate social responsibility* adalah 3,104 dan untuk profitabilitas adalah -1,064. Sedangkan hasil signifikan diketahui bahwa pada variabel struktur modal sebesar  $0,137 > 0,05$ . Nilai signifikan *corporate social responsibility* sebesar  $0,003 < 0,05$  dan diketahui nilai signifikan dari variabel moderasi sebesar  $0,291 > 0,05$ . Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikan dari variabel independen terhadap dependen diketahui yang bernilai tidak lebih dari 0,05 adalah *Corporate social responsibility*. Hal tersebut menunjukkan bahwa pada variabel *Coporate Social Responsibility* terdapat berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan profitabilitas tidak mampu memoderasi uji tersebut dikarenakan nilai signifikan profitabilitas  $0,291 > 0,05$  yang artinya melebihi nilai 0,05.

### Hasil uji persamaan 3

Tabel 4.9 Uji Persamaan 3

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	2216	3.092	
	SM	-,442	,167	-,446
	CSR	1,202	,514	,493
	P	-,714	1,142	-,308

	SM*P	,201	,091	,832
	CSR*P	-,244	,202	-,621

(Sumber : Data diolah Spss V.20)

Pada tabel diatas diperoleh persamaan MRA yaitu:

$Y = 2,216\alpha + -0,442 \text{ struktur modal} + 1,202 \text{ CSR} + -0,714 \text{ profitabilitas} + 0,201 \text{ struktur modal*profitabilitas} + -0,244 \text{ CSR*profitabilitas}$ .

Hasil persamaan regresi menggunakan *moderate regression analysis* (MRA) adalah :

1. Konstantanya sebesar 2,216 yang berarti jika seluruh variabel memiliki nilai nol maka nilai perusahaan nilainya positif 2,216.
2. Koefisiennya regresi variabel struktur modal -0,442 yang berarti bila struktur modal meningkat 1 satuan alhasil struktur modal mengalami penurunan sebesar -0,442.
3. Koefisiennya regresi variabel *corporate social responsibility* sebesar 1,202 yang berarti jika profitabilitas meningkat 1 satuan maka profitabilitas meningkat sebesar 1,202.
4. Koefisien regresinya variabel profitabilitas sebesar -0,714 berartikan bila profitabilitas meningkat 1 satuan maka profitabilitas menurun sebesar -0,714.
5. Koefisien variabel interaksi struktur modal\*profitabilitas sebesar 0,201 artinya bila variabel interaksi struktur modal dengan profitabilitas meningkat 1 satuan hingga nilai perusahaan meningkat sebesar 0,201.
6. Koefisien variabel interaksi *corporate social responsibility*\*profitabilitas sebesar -0,244 artinya bila variabel interaksi corporate social responsibility dengan profitabilitas menurun 1 satuan hingga nilai perusahaan menurun -0,244.

## Uji T (Uji Persial)

**Tabel 4.10 Uji Persial T**

Model	T	Sig.



1	(Constant)	,669	,505
	SM	-,043	,966
	CSR	2,295	,024

(Sumber : Data diolah Spss V.20)

1. Hasil yang didapat dalam pengujian parsial pada variabel struktur modal thitung yaitu -0,043 lebih kecil dari ttabel 1,6608 pada nilai signifikansinya 0,966 > 0,05. Hasil itu dinyatakan struktur modal tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sehingga **H1 ditolak**.
2. Hasil yang didapat dalam pengujian parsial bahwa thitung variabel *Corporate Social Responsibility* yaitu 2,295 lebih besar dari ttabel 1,6608 pada nilai signifikansi 0,024 < 0,05. Hasil itu dinyatakan profitabilitas berpengaruh pada nilai perusahaan. Maka **H2 diterima**.

### Uji MRA

**Tabel 4.12 Uji MRA**

Model	T	Sig.
1	(Constant)	,717
	SM	-2,628
	CSR	2,337
	P	-625
	SM*P	2,204
	CSR*P	-1,209

1. Hasil yang didapat dalam uji moderasi pada perkalian struktur modal dengan profitabilitas thitung 2,204 lebih besar dari ttabel 1,6608 pada nilai signifikansi 0,030 > 0,05. Sehingga **H3 diterima** dan termasuk jenis moderasi *Pure*.
2. Hasil yang didapat dalam uji moderasi pada perkalian *Corporate social responsibility* dengan Profitabilitas thitung -1,209 lebih kecil dari ttabel 1,6608 pada nilai signifikansi 0,230 > 0,05. Maka **H4 ditolak** dan termasuk jenis moderasi *Homologizer*.

### Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

**Tabel 4.13 Uji Koefisien Determinasi**

Model	R	R Square	Adjusted Square	R	Std. Error of the Estimate
1	,349	,122	,090		3,23392

(Sumber : Data diolah Spss V.20)

Diketahui dalam tabel diatas pada koefisien determinasi pada model penelitian yang didapatkan pada Adjust R Square 0,090, presentase variabel independen (Struktur Modal dan *Corporate Social responsibility*) yang berpengaruh pada variabel dependen (nilai perusahaan) mampu menjelaskan sebesar 35% selanjutnya lebihnya senilai 65% dipengaruhi variabel lainnya yang tak ditelitinya di penelitian ini.

### PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis tersebut, pembahasan dalam penelitian ini adalah :

#### **Pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan**

Dalam penelitian ini hipotesis yang diuraikan ialah struktur berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uji t, variabel struktur modal menunjukkan tingkat signifikansi  $0,966 > 0,05$ . Hasil analisis struktur modal tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sehingga  $H_1$  ditolak. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Oktrima, 2017), (Jayanti, 2018) yang menyatakan bahwa sturtur modal tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Struktur modal tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dikarenakan utang merupakan salah satu sumber pembiayaan yang beresiko tinggi. Penggunaan utang yang tinggi akan menyebabkan timbulnya kebangkrutan, biaya keagenan, beban bunga yang semakin besar. Dari hasil yang diamati, sebanyak 20 perusahaan atau 74,07% bahwa utang pada beberapa perusahaan dari tahun ke tahun semakin meningkat. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa investor tidak melihat utang sebagai sinyal positif, melainkan sebagai resiko.

#### **Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan**

Dalam penelitian ini hipotesis yang diuraikan ialah *Corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uji t, variabel *corporate social responsibility* menunjukkan tingkat signifikansi  $0,024 < 0,05$ . Hasil analisis *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sehingga  $H_2$  diterima. Peneltian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Surya, 2018), (Sari & Priantinah, 2018), (Fajriana, 2016) bahwa *corporate social*

*responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil yang berbeda dilakukan oleh (Harsana et al., 2020) menyatakan bahwa *corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. *Corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena *Corporate Social Responsibility* dijadikan sebagai bentuk pertanggungjawaban perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat. Penerapan *Corporate Social Responsibility* tidak lagi dianggap sebagai cost, tetapi investasi perusahaan seiring semakin pentingnya *Corporate Social Responsibility* bagi perusahaan. Rendahnya tingkat pelaksanaan dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* ini akan menghambat perusahaan dalam hal memperoleh kepercayaan dari investor karena *Corporate Social Responsibility* menjadi salah satu hal yang diperhatikan investor ketika akan berinvestasi di sebuah perusahaan. Oleh karena itu, pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* oleh perusahaan akan menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan. Pertumbuhan perusahaan menjadikan perusahaan akan melakukan pengeluaran investasi yang dapat memberikan sinyal positif dan meningkatkan nilai perusahaan melalui kegiatan investasi.

### **Pengaruh profitabilitas sebagai variabel pemoderasi dalam hubungan struktur modal terhadap nilai perusahaan.**

Dalam penelitian ini hipotesis yang dirumuskan struktur modal berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi. Berdasarkan hasil uji moderasi dengan MRA hasil analisis hubungan tidak langsung menunjukkan bahwa nilai signifikan  $0,030 < 0,05$ . Hasil analisis profitabilitas memoderasi struktur modal terhadap nilai perusahaan, sehingga disimpulkan bahwa  $H_3$  diterima dan termasuk jenis moderasi *pure*. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh (Ramadhani et al., 2021), (Telaumbanua et al., 2021). Karena dengan mengukur *Debt To Equity Ratio* (DER) dari kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajibannya, yakni membayar utang menggunakan modal sendiri. Semakin tinggi nilai DER, maka semakin rendah risiko yang ditanggung oleh perusahaan dalam membayar utang sehingga akan meningkatkan kepercayaan investor. Tetapi berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Putri et al., 2019) yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak mampu memoderasi hubungan antara struktur modal terhadap nilai perusahaan.

### **Pengaruh profitabilitas sebagai variabel pemoderasi dalam hubungan Corporate Social Responsibility terhadap nilai perusahaan.**

Dalam penelitian ini hipotesis yang dirumuskan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel

moderasi. Berdasarkan hasil uji moderasi dengan MRA hasil analisis hubungan tidak langsung menunjukkan bahwa nilai signifikan  $0,230 > 0,05$ . Hasil analisis profitabilitas tidak dapat memoderasi *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan, sehingga disimpulkan bahwa  $H_4$  ditolak dan dapat disebut jenis moderasi *Homologizer*. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Fauzi et al., 2016), (Panjaitan, 2015), (Mariani, 2018) yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak mampu memoderasi *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan. Karena seberapa luas perusahaan *corporate social responsibility* yang dilakukan perusahaan tidak dapat meningkatkan nilai perusahaan baik itu dalam keadaan profitabilitas perusahaan tinggi maupun profitabilitas perusahaan rendah karena *corporate social responsibility* merupakan mampu meningkatkan nilai perusahaan pada saat profitabilitas perusahaan tinggi dan sebaliknya. Pengungkapan *corporate social responsibility* yang dilakukan oleh perusahaan pada saat profitabilitas perusahaan rendah. Tetapi Hasil berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Putri et al., n.d.) menyatakan bahwa profitabilitas mampu memoderasi *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh (Fauzi et al., 2016) juga menyatakan bahwa profitabilitas mampu memoderasi hubungan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Nilai Perusahaan merupakan gambaran kepercayaan public kepada perseroan untuk memperoleh laba yang maksimal, dan mensejahterakan pemilik saham atau pemegang saham untuk meningkatkan nilai perusahaan. Penelitian ini menguji pengaruhnya struktur modal dan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi di perusahaan manufaktur sektor aneka industri di BEI periode 2016-2019 maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Hasil yang didapat dalam pengujian parsial pada variabel struktur modal thitung yaitu  $-0,043$  lebih kecil dari ttabel  $1,6608$  pada nilai signifikansinya  $0,966 > 0,05$ . Hasil itu dinyatakan struktur modal tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sehingga **H1 ditolak**.
2. Hasil yang didapat dalam pengujian parsial bahwa thitung variabel *Corporate Social Responsibility* yaitu  $2,295$  lebih besar dari ttabel  $1,6608$  pada nilai signifikansi  $0,024 < 0,05$ . Hasil itu dinyatakan profitabilitas berpengaruh pada nilai perusahaan. Maka **H2 diterima**.

3. Hasil yang didapat dalam uji moderasi pada perkalian struktur modal dengan profitabilitas thitung 2,204 lebih besar dari ttabel 1,6608 pada nilai signifikansi  $0,030 > 0,05$ . Sehingga **H3 diterima** dan termasuk jenis moderasi *Pure*.
4. Hasil yang didapat dalam uji moderasi pada perkalian *Corporate social responsibility* dengan Profitabilitas thitung -1,209 lebih kecil dari ttabel 1,6608 pada nilai signifikansi  $0,230 > 0,05$ . Maka **H4 ditolak** dan termasuk jenis moderasi *Homologizer*.

### Saran

Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan penelitian, sehingga saran dianjurkan pada penelitian seterusnya alangkah baiknya menambahkan variabel yang berpengaruh besar terhadap nilai perusahaan, misalnya pertumbuhan perusahaan, ukuran perusahaanserta kebijakan deviden atau memperbarui periode pegamatan agar bisa memperluas penelitian ini.

Saran bagi perusahaan ialah harusnya informasi yang didapati dipakai untuk pengevaluasi dalam pengambilan keputusan guna meningkatkan nilai perusahaan agar bisa mendatangkan investor dalam berinvestasi terhadap perusahaan trebut.

Bagi investor harusnya meninjau perusahaan yang dipilih sebagai tujuan berinvestasi. Investor harus mengamati bagian yang bisa berpengaruh terhadap nilai perusahaan, diantaranya struktur modal, *corporate social responsibility*, profitabilitas agar saat melakukan investasinya lebih optimal sehingga keuntungan yang diperoleh sesuai tujuan terhadap masa yang akan datang.

Kontribusi Perusahaan yang berhasil membukukan laba yang meningkat, mengindikasikan perusahaan tersebut mempunyai kinerja yang baik sehingga dapat menciptakan reaksi yang positif bagi para investor dan dapat membuat harga saham perusahaan meningkat (Rizaldi et al., 2019). Dengan menaikkan deviden perlembar saham mungkin dapat diartikan oleh investor sebagai sinyal yang positif, jadi dapat disimpulkan bahwa struktur modal dan *corporate social responsibility* sangat berpengaruh untuk meningkatkan nilai perusahaan.

### DAFTAR PUSTAKA

Ang Swat Lin Lindawati, & Puspita, M. E. (2015). CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY : IMPLIKASI STAKEHOLDER DAN LEGITIMACY GAP DALAM PENINGKATAN KINERJA PERUSAHAAN. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 6(1), 157–174.

- Apriada, K., & Suardikha, M. S. (2016). struktur modal; perputaran modal kerja; kebijakan dividen; nilai perusahaan, profitabilitas. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 5(2), 201–218.
- Ayem, S., & Ginting, B. H. B. (2020). PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL MODERATING PADA PERUSAHAAN KELOMPOK LQ45 YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2014-2018. *Jurnal Riset Akuntansi*, 05(01), 1–13.
- Chasanah, A. N. (2018). PENGARUH RASIO LIKUIDITAS, PROFITABILITAS, STRUKTUR MODAL DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BEI TAHUN 2015-2017. *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 39–47.
- Efriyanti, F., & Genevine, S. (2012). ANALISIS PERBANDINGAN PENGUNGKAPAN DAN PELAKSANAAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP PT BANK NEGARA INDONESIA. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 3(2), 267–280.
- Fajriana, A. (2016). PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, KEPUTUSAN INVESTASI, DAN STRUKTUR MODAL TERHADAP NILAI PERUSAHAAN. *Jurnal Nominal*, 5(2), 16–28.
- Fauzi, A. S., Suransi, N. K., & Alamsyah. (2016). PENGARUH GCG DAN CSR TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL PEMODERASI. *Jurnal Investasi*, 12(1), 1–19.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 25*.
- Harsana, Yusniar, M. W., & Juniar, A. (2020). Pengaruh Kepemilikan Saham, Keputusan Pendanaan, CSR dan Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan Jasa Konstruksi. *Jurnal Riset Inspirasi Manajemen Dan Kewirausahaan*, 4(2), 53–67. <https://doi.org/https://doi.org/10.35130/jrimk>
- Israel, C., Mangantar, M., & Saerang, I. S. (2018). PENGARUH STRUKTUR MODAL, KEPEMILIKAN INSTITUSIONAL DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN PERTAMBANGAN YANG TERDAFTAR DI BEI. *Jurnal Emba*, Vol 6(No 3), 118–1127.
- Jayanti, F. D. (2018). Pengaruh profitabilitas, struktur modal, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan terhadap nilai perusahaan. *Jural Bingkai Ekonomi*, 3(2), 34–44.
- 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). *Skripsi*.

- Liu, A. M., Irwansyah, & Fakhroni, Z. (2016). PERAN AGENCY COST REDUCTION DALAM MEMEDIASI HUBUNGAN ANTARA CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DENGAN NILAI PERUSAHAAN. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 18(2), 141–156.
- Lubis, I. L., Sinaga, B. M., & Sasongko, H. (2017). PENGARUH PROFITABILITAS, STRUKTUR MODAL, DAN LIKUIDITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, 3(3), 458–465.  
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.17358/jabm.3.3.458>
- Mariani, D. (2018). Pengaruh Enterprise risk management disclosure, Intellectual Capital Disclosure dan Corporate Social responsibility Disclosure terhadap ilai Perusahaan dengan Profitablitas sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 7(2), 119–137.
- Meidiawati, K. (2016). PENGARUH SIZE, GROWTH, PROFITABILITAS, STRUKTUR MODAL, KEBIJAKAN DIVIDEN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 5(2), 1–16.
- Misbahuddin, & Hasan, I. (2013). *Analisis data penelitian dengan statistik*.
- Novalia, F., & Nindito, M. (2016). *PENGARUH KONSERVATISME AKUNTANSI DAN ECONOMIC VALUE ADDED TERHADAP PENILAIAN EKUITAS PERUSAHAAN*. 11(2), 1–151.
- Oktrima, B. (2017). PENGARUH PROFITABILITAS, LIKUIDITAS, DAN STRUKTUR MODAL TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Studi Empiris: PT. Mayora Indah, Tbk. Tahun 2011 – 2015). *Manajemen Akuntansi*, 01(01), 101–107.
- Panjaitan, M. J. (2015). Pengaruh Tanggungjawab Sosial Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi dan Intervening. *Jurnal Tekun*, 6(1), 54–81.
- Paranita, E. S., Suhaji, & Setyawan, D. J. (2017). PERGERAKAN INDEKS HARGA SAHAM GABUNGAN DAN FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHINYA. *Jurnal Studi Manajemen Organisasi*, 2. <http://ejournal.undip.ac.id/index.php/smo>
- Pujiningrat, S. A., & Budiyanto. (2018). PENGARUH PENGUNGKAPAN CSR DAN GCG TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL MODERASI. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 7(5), 1–19.

- Purwita, I. K., Gama, A. W. S., & Astiti, N. P. Y. (2019). PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL MODERASI. *Seminar Nasional INOBALI*.
- Putri, H. F. D., Susyanti, J., & Salim, M. A. (n.d.). PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, STRUKTUR MODAL, DAN LIKUIDITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN: PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL MODERATING (studi kasus pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2015-2017). *E-Jurnal Riset Manajemen*.
- Putri, H. F. D., Susyanti, J., & Salim, M. A. (2019). PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, STRUKTUR MODAL, DAN LIKUIDITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN: PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL MODERATING. *Jurnal Riset Manajemen*, 8(8).
- Rahayu, M., & Sari, B. (2018). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NILAI PERUSAHAAN. *IKRAITH-HUMANIORA*, 2(2), 69–76.
- Ramadhani, A., Qomari, N., & Sutupo. (2021). PENGARUH STRUKTUR MODAL TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PERTUMBUHAN DAN PROFITABILITAS SEBAGAI PEMODERASI. *UBHARA Management Journal*, 1(1), 111–121.
- Rizaldi, I. P. A., Mendra, N. P. Y., & Novitasari, L. G. (2019). PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, PROFITABILITAS, DAN STRUKTUR MODAL TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DI BURSA EFEK INDONESIA. *Jurnal Riset Akuntansi*, 9(2), 112–121.
- Sakinah, & Ibrahim, M. (2017). PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) DAN STRUKTUR MODAL TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN PERTAMBANGAN DI BURSA EFEK INDONESIA. *Jurnal Fisip*, 4(2), 1–15.
- Sari, P. Y., & Priantinah, D. (2018). PENGARUH KINERJA KEUANGAN DAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA BANK YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2011-2015. *Jurnal Nominal*, 7(1), 111–125.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan kuantitatif, kualitatif, kombinasi dan R&D*.
- Sunaryo, I., Widarno, B., & Suharno. (2018). PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL MODERASI. *Jurnal Akuntansi Dan Saham Teknologi Informasi*, 14, 211–221.



- Surya, L. P. (2018). PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL MODERATING. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 7(1), 1–18.
- Telaumbanua, H., Marbun, M., Simanjutak, V. A., Sembiring, E. A. B., & Aruan, D. A. (2021). PENGARUH STRUKTUR MODAL, PERPUTARAN MODAL KERJA, KEBIJAKAN DIVIDEN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL MODERATIG PADA PERUSAHAAN INFRASTRUKTUR YANG TERDAFTAR DIBURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2015-2018. *Jurnal Krisna Kumpulan Riset Akuntansi*, 12(2), 266–277. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.22225/kr.11.2.1154.190-196>
- Tenriwaru, & Nasaruddin, F. (2020). PENGARUH PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL MODERASI. *Jurnal Ajar*, 3(1), 68–87.
- Widianto, H. (2017). ANALISIS STRUKTUR MODAL PT BERLIAN LAJU TANKER TBK PERIODE 2003-2016(PERUSAHAAN PELAYARAN TERBESAR YANG HAMPIR BANGKRUT KARENA BURUKNYA STRUKTUR MODAL. *Jurnal Ilmu-Ilmu Kemaritiman, Manajemen Dan Transportasi*, 14(25), 79–98.