

**Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Ukuran Perusahaan dan *Leverage*
Terhadap Nilai Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility*
Sebagai Variabel Moderasi pada Sub Sektor Pertambangan Logam dan
Mineral yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2019-
2023**

Yuliaris¹, Luqman Hakim²,

Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas
Muhammadiyah Jakarta
yuliyuliaris@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this study is to examine the phenomena that occur in a company, by testing several variables that affect the phenomenon in question, namely to determine and analyze the effect of Company Growth, Company Size, and Leverage on firm value with Corporate Social Responsibility as a moderating variable in the Metal and Mineral Mining Sub-Sector Listed on the Indonesia Stock Exchange (BEI) for the 2019-2023 Period. This study uses quantitative descriptive analysis methods and is associative in nature. Research data obtained from secondary data, which will then be processed through data processing methods with Eviews version 12. The sample in this study amounted to 6 companies using saturated sampling. The results of this study state that Company Growth has no significant effect on firm value, Company Size has a significant effect on firm value, and Leverage has no effect on firm value. While the interaction on the moderating variable, namely Corporate Social Responsibility, has no effect or weakens the company's value. Csr with Company Growth, Company Size and Leverage weakens firm value. The conclusion that can be drawn in this study is that there is no influence between Company Growth on Company Value in the Metal and Mineral Mining Sub-Sector Listed on the Indonesia Stock Exchange (Bei) 2019-2023 Period, there is a significant influence between Company Size on Company Value in the Metal and Mineral Mining Sub-Sector Listed on the Indonesia Stock Exchange, there is no influence between Leverage on company value in the Metal and Mineral Mining Sub-Sector and there is an influence between, Company Growth, Company Size and Leverage with Corporate Social Responsibility together or simultaneously on Company Value.

Keywords: *Company Growth, Company Size, Leverage, Corporate Social Responsibility, Company Value.*

ABSTRAK

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menguji fenomena yang terjadi pada suatu perusahaan, dengan melakukan uji pada beberapa variabel yang berpengaruh terhadap fenomena yang dimaksud, yaitu untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Ukuran Perusahaan, dan *Leverage* terhadap nilai perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel moderasi Pada Sub Sektor Pertambangan Logam dan Mineral yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2019-2023. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif kuantitatif dan bersifat asosiatif. Data penelitian didapatkan dari data sekunder, yang kemudian akan diolah melalui metode pengolahan data dengan perangkat Eviews versi 12. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 6 perusahaan

dengan menggunakan sampling jenuh. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa Pertumbuhan Perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, Ukuran Perusahaan terdapat pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, dan *Leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan interaksi pada variabel moderasi yakni *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh atau melemah nilai perusahaan. CSR dengan Pertumbuhan Perusahaan, Ukuran Perusahaan dan *Leverage* memperlemah nilai perusahaan. Kesimpulan yang dapat ditarik dalam penelitian ini yaitu tidak terdapat pengaruh antara Pertumbuhan Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan Pada Sub Sektor Pertambangan Logam dan Mineral yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2019-2023, terdapat pengaruh signifikan antara Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan Pada Sub Sektor Pertambangan Logam dan Mineral yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia, tidak terdapat pengaruh antara *Leverage* terhadap nilai perusahaan pada Sub Sektor Pertambangan Logam Dan Mineral dan terdapat pengaruh antara, Pertumbuhan Perusahaan, Ukuran Perusahaan dan *Leverage* dengan *Corporate Social Responsibility* secara bersama-sama atau simultan terhadap Nilai Perusahaan.

Kata Kunci: Pertumbuhan Perusahaan, Ukuran Perusahaan, *Leverage*, *Corporate Social Responsibility*, Nilai Perusahaan

PENDAHULUAN

Perusahaan pada dasarnya menurut Ayu Octaviany (2019) didirikan guna menciptakan nilai tambah, terutama dalam menghasilkan laba. Namun pada umumnya perusahaan tidak hanya berorientasi pada pencapaian laba maksimal, tetapi juga berusaha meningkatkan nilai perusahaan serta pada kemakmuran pemilikinya dengan cara memaksimalkan harga saham serta meningkatkan kepercayaan pasar pada prospek perusahaan dimasa mendatang. Perusahaan yang memiliki nilai perusahaan tinggi akan menumbuhkan rasa kepercayaan dari pihak-pihak yang terkait dengan perusahaan tersebut maupun dari masyarakat luas. Hal ini disebabkan karena nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan bahwa kinerja perusahaan yang baik

Nilai perusahaan (*value of the firm*) dicerminkan dari nilai sekarang atas semua keuntungan perusahaan yang diharapkan di masa depan. Semakin meningkatnya nilai perusahaan menurut Alifatul Laili Fajriah dkk (2022) tentu berbanding lurus dengan semakin bertambah atau pertumbuhan perusahaan. Pertumbuhan pada perusahaan yang tinggi membutuhkan dana yang besar untuk membiayai perusahaan. Indikator pertumbuhan dapat dilihat dengan peningkatan ataupun penurunan dari total aset yang dimiliki oleh perusahaan. Adanya informasi mengenai pertumbuhan perusahaan direspon baik oleh para investor sehingga akan meningkatkan harga saham yang berpengaruh pula terhadap nilai perusahaan.

Dewa Ayu Intan Yoga Maha Dewi & Gede Mertha Sudiarta (2017) menyatakan bahwa Pertumbuhan aset sangat diharapkan bagi perkembangan perusahaan baik secara internal maupun eksternal perusahaan, karena pertumbuhan yang baik memberi tanda bagi perkembangan perusahaan. Pada sudut pandang investor, pertumbuhan suatu perusahaan merupakan tanda perusahaan memiliki aspek yang menguntungkan dan investor pun akan mengharapkan tingkat pengembalian dari investasi yang dilakukan menunjukkan perkembangan yang baik.

Faktor lainnya yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan. Dedi Irawan & Nurhadi (2019) pun melanjutkan bahwa ukuran perusahaan dilihat dari total aset yang dimiliki oleh perusahaan yang dapat dipergunakan untuk kegiatan operasi perusahaan. Jika perusahaan memiliki total aset yang besar, pihak manajemen lebih leluasa dalam mempergunakan aset yang ada di perusahaan tersebut.

Lebih lanjut di jelaskan oleh Mipo (2022) bahwa faktor lain yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah *Leverage*. Rasio *Leverage* merupakan rasio yang menggambarkan tentang kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajibannya baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Penggunaan hutang yang terlalu banyak tidak baik karena dikhawatirkan bahwa akan terjadi penurunan laba yang diperoleh perusahaan. Artinya, ketika nilai *Leverage* yang semakin tinggi maka akan dapat menimbulkan investasi yang dilakukan beresiko besar, sedangkan nilai *Leverage* yang kecil akan menunjukkan investasi yang dilakukan beresiko kecil. *Leverage* dapat diukur menggunakan *Debt to Equity Ratio* (DER).

Menurut Hadi (2011, hal.93) menyatakan bahwa perusahaan tidak hanya sekedar bertanggungjawab terhadap para pemilik (*shareholder*) sebagaimana terjadi selama ini, namun bergeser menjadi lebih luas yaitu sampai pada ranah sosial kemasyarakatan (*stakeholder*). Menurut Zessicha Belliana Putri & Budiyanto (2018) *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan kepedulian perusahaan dengan menyisihkan sebagian dari keuntungan perusahaan bagi kepentingan pembangunan manusia dan lingkungan secara berkelanjutan berdasarkan prosedur yang tepat dan profesional.

Sehingga dari latar belakang di atas menarik untuk dibahas yaitu mengetahui apakah faktor-faktor tersebut seperti pertumbuhan, ukuran dan *leverage* dengan *Corporate Social Responsibility* dapat mempengaruhi meningkatkan nilai perusahaan atau tidak. Maka dari itu, penulis mengambil judul tesis yakni "Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Ukuran Perusahaan dan *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan *Corporate Social Responsibility* Sebagai Variabel Moderasi Pada Sub Sektor Pertambangan Logam dan Mineral Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2019-2023.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif kuantitatif dan bersifat asosiatif. Data penelitian didapatkan dari data sekunder yakni dari laporan keuangan perusahaan sub Sector Pertambangan Logam dan Mineral yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia serta laporan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* setiap perusahaan periode 2019-2023, yang kemudian akan diolah melalui metode pengolahan data dengan perangkat *Eviews* versi 12. Pemilihan sampel menggunakan metode *purposive sampling*, dimana sampel yang termasuk dalam penelitian harus memenuhi kriteria tertentu. Sehingga didapati sampel dalam penelitian ini berjumlah 6 perusahaan dengan menggunakan metode sampel jenuh yakni mengambil semua

populasi yang ada. Dimana laporan keuangan perusahaan lengkap sesuai dengan variabel yang diteliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah perusahaan pertambangan logam dan mineral yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode pengamatan dari 2019-2023. Keseluruhan data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari laporan keuangan yang dipublikasikan oleh Bursa Efek Indonesia dan laporan keberlanjutan CSR. Daftar Perusahaan yang menjadi Sampel Penelitian ialah:

Tabel 1. Sampel Penelitian

No	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan
1	MDKA	PT. Merdeka Copper Gold Tbk
2	INCO	PT. Vale Indonesia Tbk
3	ANTM	PT. Aneka Tambang Tbk
4	BRMS	PT. Bumi Resources Minerals Tbk
5	TINS	PT. Timah Tbk
6	GGRP	PT. Gunung Raja Paksi Tbk

Diketahui pada tabel diatas bahwa sampel penelitian ini terdiri dari 6 perusahaan tambang mineral dan logam yang terdaftar di BEI periode 2019-2023. Hanya 6 perusahaan saja yang memiliki laporan keuangan dengan pembahasan variabel yang diteliti.

Hasil Analisis Data

Variabel yang diteliti dalam penelitian ini yaitu Pertumbuhan Perusahaan, Ukuran Perusahaan, dan *Leverage* terhadap Nilai perusahaan yang diproyeksikan dengan *Price to Book Value* (PBV) dengan CSR sebagai variabel moderasi. Statistik deskriptif bisa dilihat dari nilai mean, median, minimum, dan maksimum. Berikut statistik deskriptif standar deviasi, skewness, kurtosis, statistik *Jarque-Berra* dan *P-Value* yang terdapat pada tabel 1 berikut ini:

Table 2. Statistik Deskriptif

	Y	X1	X2	X3	Z
Mean	1.848333	0.141000	2245.433	0.620000	0.641667
Median	1.345000	0.040000	2159.500	0.485000	0.630000
Maximum	8.010000	2.030000	3057.000	2.870000	0.950000
Minimum	0.400000	-0.290000	1637.000	0.110000	0.130000
Std. Dev.	1.698184	0.399425	431.9458	0.588962	0.243524
Skewness	2.387884	3.717217	0.635408	2.256155	-0.331699
Kurtosis	8.673841	18.03312	2.727620	8.731865	2.079972
Jarque-Bera	68.75054	351.5818	2.111456	66.51901	1.608186
Probability	0.000000	0.000000	0.347939	0.000000	0.447494
Sum	55.45000	4.230000	67363.00	18.60000	19.25000
Sum Sq. Dev.	83.63102	4.626670	5410737.	10.05940	1.719817
Observations	30	30	30	30	30

Sumber: Hasil olah data eviews 12

Berdasarkan hasil perhitungan tabel 2 maka diperoleh hasil sebagai berikut; Variabel nilai perusahaan yang diproksikan dengan PBV memiliki mean (nilai rata-rata) sebesar 1.848333 Selanjutnya median (nilai tengah) 1.345000, Kemudian maksimum (nilai tertinggi) sebesar 8.010000, dan minimum (nilai terendah) yaitu sebesar 0.400000. Variabel Pertumbuhan Perusahaan memiliki nilai mean (rata-rata) sebesar 0.141000. Selanjutnya median (nilai tengah) sebesar 0.040000 kemudian maksimum (nilai tertinggi) sebesar 2.030000, dan minimum (nilai terendah) yaitu sebesar -0.290000. Variabel Ukuran Perusahaan memiliki nilai mean (rata-rata) sebesar 2245.433. Selanjutnya median (nilai tengah) sebesar 2159.500. Kemudian maksimum (nilai tertinggi) sebesar 2.870000, dan minimum (nilai terendah) yaitu sebesar 1637.000. Variabel Leverage dengan nilai probabilitas memiliki nilai mean (rata-rata) sebesar 0.620000 Selanjutnya median yaitu (nilai tengah) sebesar 0.485000 Kemudian maksimum (nilai tertinggi) yaitu sebesar 24.21000, dan minimum (nilai terendah) yaitu sebesar 0.110000. sedangkan Variabel *Corporate Social Responsibility* memiliki nilai mean (rata-rata) sebesar 0.641667 Selanjutnya median yaitu (nilai tengah) sebesar 0.630000 Kemudian maksimum (nilai tertinggi) yaitu sebesar 0.950000, dan minimum (nilai terendah) yaitu sebesar 0.130000.

a. Regresi Data Panel

1) *Common Effect Model*

Tabel 3. Common Effect Model

Dependent Variable: Y Method: Panel Least Squares Date: 12/28/24 Time: 21:51 Sample: 2019 2023 Periods included: 5 Cross-sections included: 6 Total panel (balanced) observations: 30				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	3.386623	2.862258	1.183200	0.2479
X1	0.698283	0.827694	0.843648	0.4069
X2	-0.000880	0.000916	-0.960741	0.3459
X3	-0.029408	0.647784	-0.045398	0.9642
Z	0.555625	1.514846	0.366787	0.7169
R-squared	0.097346	Mean dependent var		1.848333
Adjusted R-squared	-0.047079	S.D. dependent var		1.698184
S.E. of regression	1.737698	Akaike info criterion		4.094012
Sum squared resid	75.48990	Schwarz criterion		4.327545
Log likelihood	-56.41018	Hannan-Quinn criter.		4.168721
F-statistic	0.674024	Durbin-Watson stat		1.112655
Prob(F-statistic)	0.616239			

Sumber: Hasil olah data Eviews 12

2) *Fixed Effect Model*

Tabel 4. Fixed Effect Model

Dependent Variable: Y Method: Panel Least Squares Date: 12/28/24 Time: 21:51 Sample: 2019 2023 Periods included: 5 Cross-sections included: 6 Total panel (balanced) observations: 30				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	50.17519	19.19569	2.613877	0.0166
X1	0.207887	0.702933	0.295742	0.7705
X2	-0.021575	0.009115	-2.367017	0.0281
X3	0.167219	0.716264	0.233460	0.8178
Z	-0.021372	2.916894	-0.007327	0.9942
Effects Specification				
Cross-section fixed (dummy variables)				
R-squared	0.729278	Mean dependent var		1.848333
Adjusted R-squared	0.607453	S.D. dependent var		1.698184
S.E. of regression	1.063973	Akaike info criterion		3.223098
Sum squared resid	22.64076	Schwarz criterion		3.690164
Log likelihood	-38.34647	Hannan-Quinn criter.		3.372517
F-statistic	5.986278	Durbin-Watson stat		1.908605
Prob(F-statistic)	0.000432			

Sumber: Hasil olah data Eviews 12

3) *Random Effect Model*

Tabel 5. Random Effect Model

Dependent Variable: Y Method: Panel EGLS (Cross-section random effects) Date: 12/28/24 Time: 21:52 Sample: 2019 2023 Periods included: 5 Cross-sections included: 6 Total panel (balanced) observations: 30 Swamy and Arora estimator of component variances				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	3.386623	1.752528	1.932422	0.0647
X1	0.698283	0.506787	1.377861	0.1805
X2	-0.000880	0.000561	-1.569098	0.1292
X3	-0.029408	0.396631	-0.074145	0.9415
Z	0.555625	0.927523	0.599042	0.5545
Effects Specification				
			S.D.	Rho
Cross-section random			0.000000	0.0000
Idiosyncratic random			1.063973	1.0000
Weighted Statistics				
R-squared	0.097346	Mean dependent var	1.848333	
Adjusted R-squared	-0.047079	S.D. dependent var	1.698184	
S.E. of regression	1.737698	Sum squared resid	75.48990	
F-statistic	0.674024	Durbin-Watson stat	1.112655	
Prob(F-statistic)	0.616239			
Unweighted Statistics				
R-squared	0.097346	Mean dependent var	1.848333	
Sum squared resid	75.48990	Durbin-Watson stat	1.112655	

Sumber: Hasil olah data Eviews 12

b. **Pemilihan Model Regresi Data Panel**

1) **Uji Chow**

Tabel 6. Chow Test

Redundant Fixed Effects Tests			
Equation: Untitled			
Test cross-section fixed effects			
Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	9.336989	(5,20)	0.0001
Cross-section Chi-square	36.127409	5	0.0000

Sumber: Hasil olah data Eviews 12

Berdasarkan hasil uji *Chow Test* pada tabel diatas diketahui bahwa nilai Probabilitas lebih kecil dari 0.05 yakni $0.0001 < 0.05$ sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa model yang lebih baik untuk digunakan untuk penelitian ini menggunakan *Fixed Effect*. Maka dari itu dilanjutkan dengan melakukan Uji *Hausman* dan *Lagrange Multiplier* untuk menentukan apakah dalam penelitian ini lebih baik menggunakan *Fixed Effect* atau *Random Effect*.

2) Uji Hausman

Tabel 7. Hausman Test

Correlated Random Effects - Hausman Test			
Equation: Untitled			
Test cross-section random effects			
Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	46.662009	4	0.0000

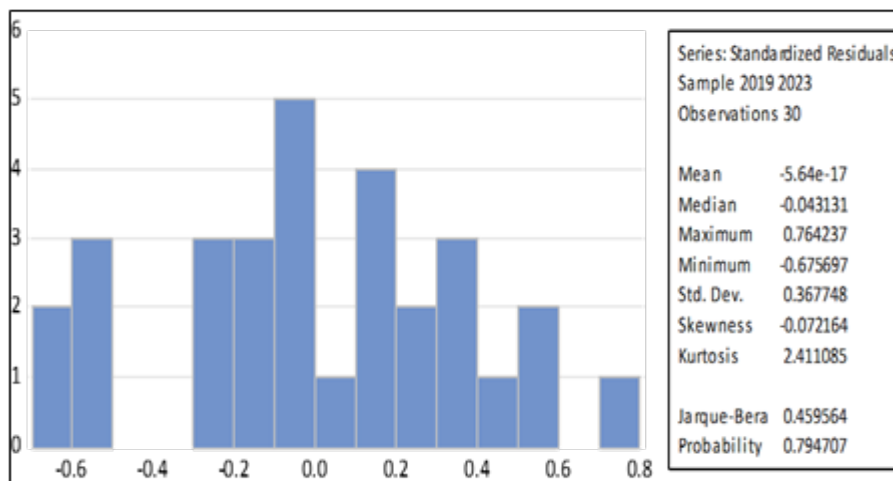
Sumber: Hasil olah data Eviews 12

Berdasarkan hasil uji Hausman Test pada tabel 7 diketahui bahwa nilai Probabilitas lebih kecil dari 0.05 yakni $0.0000 < 0.05$. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa model yang lebih baik untuk digunakan untuk penelitian ini menggunakan Fixed Effect Model daripada Random Effect. Maka dalam penelitian ini model yang dipilih ialah Fixed Effect karena telah dilakukan 2 perbandingan atau uji yakni Uji Chow dan Uji Hausman.

c. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Tabel 8. Uji Normalitas



Sumber: Hasil olah data Eviews 12

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel 8 ini maka dapat diketahui nilai probabilitas $0.7947 > 0.05$, maka dapat disimpulkan lolos uji normalitas.

2) Uji Multikoleniaritas

Tabel 9. Uji Multikoleniaritas

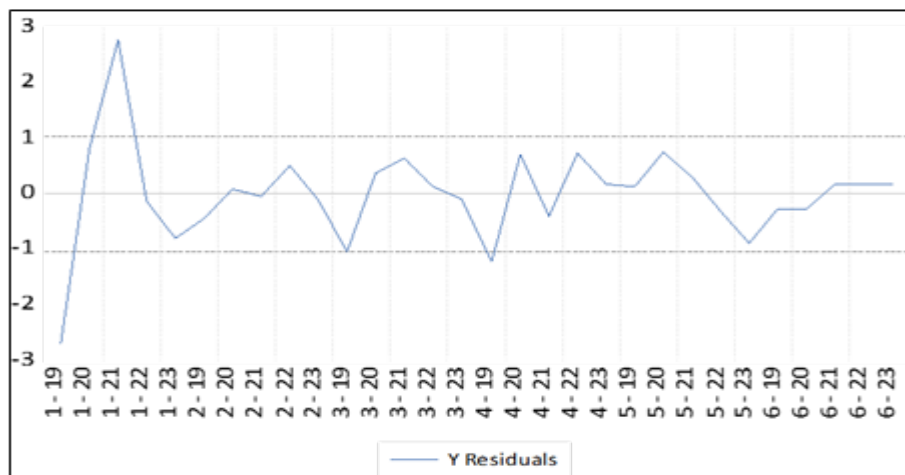
X1	X2	X3
1.000000	-0.003712	0.061931
-0.003712	1.000000	-0.421782
0.061931	-0.421782	1.000000

Sumber: Hasil olah data Eviews 12

Berdasarkan hasil uji multikoleniaritas pada tabel 9 nilai probabilitas lebih kecil dari 0.80 maka lolos uji multikoleniaritas.

3) Uji heteroskedastisitas

Tabel 10. Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Hasil olah data Eviews 12

Berdasarkan uji heteroskedastisitas di tabel 10 di atas bahwa grafik residual (warna biru) dapat dilihat tidak melewati batas (500 dan -500), artinya variabel residual konstan. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

4) Uji Autokorelasi

Tabel 11. Uji Autokorelasi

Cross-section fixed (dummy variables)			
R-squared	0.729277	Mean dependent var	1.848333
Adjusted R-squared	0.626145	S.D. dependent var	1.698184
S.E. of regression	1.038332	Akaike info criterion	3.156434
Sum squared resid	22.64082	Schwarz criterion	3.576793
Log likelihood	-38.34651	Hannan-Quinn criter.	3.290911
F-statistic	7.071265	Durbin-Watson stat	1.908059
Prob(F-statistic)	0.000152		

Sumber: Hasil olah data Eviews 12

Berdasarkan uji autokorelasi pada tabel 11 maka diketahui nilai *Durbin Watson stat* ialah sebesar 1.9086 berada di antara -2 sampai 2, maka tidak ada autokorelasi.

5) Uji Hipotesis

Hasil uji Regresi berganda hipotesis penelitian H1, H2 , H3

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Ukuran Perusahaan dan *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan. Hasil dari analisis regresi linear berganda dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 12. Uji Koefisien Determinasi (R2)

R-squared	0.729277	Mean dependent var	1.848333
Adjusted R-squared	0.626145	S.D. dependent var	1.698184
S.E. of regression	1.038332	Akaike info criterion	3.156434
Sum squared resid	22.64082	Schwarz criterion	3.576793
Log likelihood	-38.34651	Hannan-Quinn criter.	3.290911
F-statistic	7.071265	Durbin-Watson stat	1.908059
Prob(F-statistic)	0.000152		

Sumber: Hasil olah data Eviews 12

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi diatas, nilai R2 (*Adjusted R Square*) dari model regresi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel bebas (independent) dalam menerangkan variabel terikat (dependent). Dari tabel 12 di atas diketahui bahwa nilai sebesar 0.6261, hal ini berarti bahwa 62,6% yang menunjukkan bahwa Nilai Perusahaan dipengaruhi oleh variabel Pertumbuhan Perusahaan, Ukuran Perusahaan, dan *Leverage*. Sisanya sebesar 39,8% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Tabel 13. Uji F (Simultan)

R-squared	0.729277	Mean dependent var	1.848333
Adjusted R-squared	0.626145	S.D. dependent var	1.698184
S.E. of regression	1.038332	Akaike info criterion	3.156434
Sum squared resid	22.64082	Schwarz criterion	3.576793
Log likelihood	-38.34651	Hannan-Quinn criter.	3.290911
F-statistic	7.071265	Durbin-Watson stat	1.908059
Prob(F-statistic)	0.000152		

Sumber: Hasil olah data Eviews 12

Berdasarkan pengujian regresi berganda menunjukkan hasil F hitung sebesar 7.0712 dengan tingkat signifikansi 0.000152 lebih kecil dari 0.05, di mana nilai F hitung (7.0712) lebih besar dari nilai F tabelnya sebesar 2.714.

Maka dapat disimpulkan variabel Pertumbuhan Perusahaan, Ukuran Perusahaan, dan *Leverage* berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap Nilai Perusahaan

Tabel 14. Uji t (Parsial)

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	50.25137	15.74678	3.191216	0.0044
X1	0.207955	0.685933	0.303171	0.7647
X2	-0.021616	0.007054	-3.064426	0.0059
X3	0.169566	0.625223	0.271209	0.7889

Sumber: Hasil olah data Eviews 12

Berdasarkan tabel 14 di atas dianalisis model estimasi sebagai berikut:

$$Y = 50.2513746843 + 0.207955222028 * X1 - 0.0216160922266 * X2 + 0.169566104584 * X3 + [CX=F]$$

Persamaan di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Nilai koefisien variabel Y ialah sebesar 50.25137 yang menunjukkan nilai konstanta, dimana jika nilai seluruh variabel sama dengan nol maka nilai perusahaan sebesar 50.25137.
- 2) Nilai koefisien regresi variabel Pertumbuhan Perusahaan bernilai positif sebesar 0.2079, maka bisa diartikan bahwa jika variabel X1 meningkat maka variabel Nilai Perusahaan juga ikut meningkat sebesar 0.2079.
- 3) Nilai koefisien regresi variabel Ukuran Perusahaan bernilai negatif sebesar 0.02161, maka bisa diartikan bahwa jika variabel X2 berkurang maka variabel Nilai Perusahaan juga ikut berkurang sebesar 0.02161.
- 4) Nilai koefisien regresi variabel *Leverage* bernilai positif sebesar 0.16956, maka bisa diartikan bahwa jika variabel X3 meningkat maka variabel Nilai Perusahaan juga ikut meningkat sebesar 0.16956.

Hipotesis yang diajukan akan diinterpretasikan berdasarkan hasil uji T atau uji parsial di atas, dengan nilai t tabel yang memiliki sig. $\alpha = 0,05$ dan $df=30-2=28$ sebesar 2.060 (t tabel). Hasil interpretasi Pengaruh Variable Independen (Pertumbuhan Perusahaan, Ukuran Perusahaan dan *Leverage*) Terhadap Dependen (Nilai Perusahaan) dijabarkan sebagai berikut:

- 1) Hubungan Variabel Pertumbuhan Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan memiliki t statistic sebesar $0.3031 < 2.060$ (t table) dengan nilai probabilitas sebesar $0.7647 > 0.05$ maka dapat disimpulkan bahwa kesimpulan bahwa variabel variabel Pertumbuhan Perusahaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Nilai Perusahaan).
- 2) Variabel Ukuran Perusahaan memiliki t statistic sebesar $-3.064 < 2.060$ (t table) dengan nilai probabilitas sebesar $0.0059 < 0.05$ maka dapat

disimpulkan bahwa kesimpulan bahwa variabel Ukuran Perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

- 3) Variabel *Leverage* memiliki t statistic sebesar $0.2712 < 2.060$ (t table) dengan nilai probabilitas sebesar $0.788 > 0.05$ Maka dapat disimpulkan bahwa kesimpulan bahwa variabel *Leverage* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

Hasil Uji Regresi Moderasi atau *Moderated Regression Analysis (MRA)* terhadap Hipotesis Penelitian H4, H5, H6

Peranan variabel CSR atas pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Ukuran Perusahaan, dan *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan. Pembahasan terkait pengujian hipotesis yang melibatkan variabel moderasi dapat dijabarkan sebagai berikut:

Tabel 15. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R2)

R-squared	0.756684	Mean dependent var	1.848333
Adjusted R-squared	0.584932	S.D. dependent var	1.698184
S.E. of regression	1.094068	Akaike info criterion	3.316365
Sum squared resid	20.34874	Schwarz criterion	3.923551
Log likelihood	-36.74548	Hannan-Quinn criter.	3.510609
F-statistic	4.405672	Durbin-Watson stat	1.920089
Prob(F-statistic)	0.002890		

Sumber: Hasil olah data Eviews 12

Diketahui bahwa nilai R2 (Adjusted R Square) sebesar 0.584, hal ini berarti bahwa 58,4% yang menunjukkan bahwa Nilai Perusahaan dipengaruhi oleh variabel Pertumbuhan Perusahaan, Ukuran Perusahaan, *Leverage* dengan *Corporate Social Responsibility*. Sisanya sebesar 41,6% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Tabel 16. Uji F (Simultan) Moderasi

R-squared	0.756684	Mean dependent var	1.848333
Adjusted R-squared	0.584932	S.D. dependent var	1.698184
S.E. of regression	1.094068	Akaike info criterion	3.316365
Sum squared resid	20.34874	Schwarz criterion	3.923551
Log likelihood	-36.74548	Hannan-Quinn criter.	3.510609
F-statistic	4.405672	Durbin-Watson stat	1.920089
Prob(F-statistic)	0.002890		

Sumber: Hasil olah data eviews 12

Berdasarkan pengujian regresi data panel menunjukkan hasil F hitung sebesar 4.4056 dengan tingkat signifikansi 0.0028 lebih kecil dari 0.05, di mana nilai F hitung (4.4056) lebih besar dari nilai F tabelnya sebesar 2.714. Maka dapat disimpulkan variabel Pertumbuhan Perusahaan, Ukuran Perusahaan, dan *Leverage* dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai

variabel moderasi berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap Nilai Perusahaan.

Tabel 17. Hasil Uji t (Parsial) Moderasi

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	42.43332	21.62484	1.962249	0.0663
X1	127.4070	103.2705	1.233721	0.2341
X2	-0.356122	1.145192	-0.310971	0.7596
X3	-1.319161	115.7107	-0.011401	0.9910
Z	0.785791	3.979223	0.197474	0.8458
X1Z	-241.3492	196.3981	-1.228877	0.2359
X2Z	64.05101	217.7391	0.294164	0.7722
X3Z	2.473693	219.5269	0.011268	0.9911

Sumber: Hasil olah data Eviews 12

Berdasarkan tabel 17 di atas dianalisis model estimasi sebagai berikut:

$$Y = 42.4333159682 + 127.40695894 * X1 - 0.356121920985 * X2 - 1.3191614342 * X3 + 0.7857913082 * Z - 241.349174896 * X1Z + 64.0510059153 * X2Z + 2.47369284461 * X3Z + [CX=F]$$

Persamaan di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Nilai koefisien variabel Y ialah sebesar 42.43332 yang menunjukkan nilai konstanta, dimana jika nilai seluruh variabel sama dengan nol maka nilai perusahaan sebesar 42.43332.
- 2) Nilai koefisien regresi variabel Pertumbuhan Perusahaan bernilai positif sebesar 127.406, maka bisa diartikan bahwa jika variabel X1 meningkat maka variabel Nilai Perusahaan juga ikut meningkat sebesar 0.2079.
- 3) Nilai koefisien regresi variabel Ukuran Perusahaan bernilai negatif sebesar 0.35612, maka bisa diartikan bahwa jika variabel Ukuran Perusahaan berkurang maka variabel Nilai Perusahaan juga ikut berkurang sebesar 0.35612.
- 4) Nilai koefisien regresi variabel *Leverage* bernilai negatif sebesar 1.3191, maka bisa diartikan bahwa jika variabel *Leverage* berkurang maka variabel Nilai Perusahaan juga ikut berkurang sebesar 1.3191.
- 5) 5) Nilai koefisien regresi variabel *Corporate Social Responsibility* bernilai positif sebesar 0.7857 dapat diartikan bahwa ketika variabel *Corporate Social Responsibility* meningkat, maka Nilai Perusahaan akan mengalami peningkatan pula sebesar 0.7857.
- 6) Nilai koefisien regresi interaksi antara *Corporate Social Responsibility* dengan Pertumbuhan Perusahaan bernilai negative pada penelitian ini sebesar 241.349 dapat diartikan bahwa dengan adanya interaksi antara *Corporate Social Responsibility* dengan Pertumbuhan Perusahaan, maka Nilai Perusahaan akan mengalami penurunan sebesar 241.349.
- 7) Nilai koefisien regresi interaksi antara *Corporate Social Responsibility* dengan Ukuran Perusahaan bernilai positif pada penelitian ini sebesar

64.0510 dapat diartikan bahwa dengan adanya interaksi antara *Corporate Social Responsibility* dengan Ukuran Perusahaan, maka Nilai Perusahaan akan mengalami peningkatan sebesar 64.0510.

- 8) Nilai koefisien regresi interaksi antara *Corporate Social Responsibility* dengan Leverage bernilai positif pada sebesar 2.4736 dapat diartikan bahwa dengan adanya interaksi antara Variabel moderasi *Corporate Social Responsibility* dengan *Leverage*, maka Nilai Perusahaan akan mengalami peningkatan sebesar 2.4736.

Hasil interpretasi dari hipotesis penelitian (H4, H5, dan H6) yang diajukan dapat dilihat sebagai berikut:

***Corporate Social Responsibility* Memoderasi Hubungan Antara Pertumbuhan Perusahaan dengan Nilai Perusahaan**

Berdasarkan hasil uji interaksi atau *Moderated Regression Analysis* (MRA) menunjukkan bahwa variabel moderasi $X1*Z$ dengan tingkat signifikansi 0.2359 dimana nilai tersebut lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* merupakan variabel yang belum mampu memoderasi hubungan variabel Pertumbuhan Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. Artinya variabel Pertumbuhan Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel moderasi memperlemah nilai perusahaan. Oleh karena itu, hipotesis H4 yang diajukan dalam penelitian ini tidak berpengaruh atau tidak diterima. Oleh karena itu, hipotesis H4 yang diajukan dalam penelitian ini tidak diterima atau tidak berpengaruh.

***Corporate Social Responsibility* Memoderasi Hubungan Antara Ukuran Perusahaan dengan Nilai Perusahaan**

Berdasarkan hasil uji interaksi atau *Moderated Regression Analysis* (MRA) menunjukkan bahwa variabel moderasi $X2*Z$ dengan tingkat signifikansi 0.7722 dimana nilai tersebut lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel moderasi belum mampu memoderasi hubungan variabel Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. Artinya variabel Ukuran Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel moderasi memperlemah nilai perusahaan. Oleh karena itu, hipotesis H5 yang diajukan dalam penelitian ini tidak diterima atau tidak berpengaruh.

***Corporate Social Responsibility* Memoderasi Hubungan Antara Leverage dengan Nilai Perusahaan**

Berdasarkan hasil uji interaksi atau *Moderated Regression Analysis* (MRA) menunjukkan bahwa variabel moderasi $X3*Z$ dengan tingkat signifikansi 0.9911 dimana nilai tersebut lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel moderasi yang belum mampu memoderasi hubungan variabel *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan. Artinya variabel *Leverage* dengan *Corporate Social*

Responsibility sebagai variable moderasi memperl lemah nilai perusahaan. Oleh karena itu, hipotesis H6 yang diajukan dalam penelitian ini tidak diterima atau tidak berpengaruh.

Pembahasan

Setelah melakukan proses pengolahan data dengan *Eviews* versi 12. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pertumbuhan perusahaan, ukuran perusahaan, dan *leverage* terhadap nilai perusahaan dengan *corporate social responsibility* sebagai variabel moderasi pada sub sector pertambangan logam dan mineral yang terdaftar di BEI periode 2019-2023 sebagai berikut:

1. Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian pada uji t atau parsial menunjukkan bahwa pada Variabel Pertumbuhan Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan memiliki t statistic sebesar $0.3031 < 2.060$ (t table) dengan nilai probabilitas sebesar $0.7647 > 0.05$ maka dapat disimpulkan bahwa kesimpulan bahwa variabel variabel Pertumbuhan Perusahaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Nilai Perusahaan). Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurhayati Olli, Eka Zahra Solikahan dan Ariawan (2021), Surya Kartika Putra Kelana (2020), dan Ninis Widyawati¹ dan Muhammad Abdul Aris (2024) yang menjelaskan bahwa variabel Pertumbuhan Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan.

2. Pengaruh Variabel Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian uji t atau parsial menunjukkan bahwa pada Variabel Ukuran Perusahaan memiliki t statistic sebesar $-3.064 < 2.060$ (t table) dengan nilai probabilitas sebesar $0.0059 < 0.05$ maka dapat disimpulkan bahwa kesimpulan bahwa variabel Ukuran Perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Agung Nurmansyah, Giovanny Bangun Kristianto, dan Esti Saraswati (2023), Pemy Christiaan (2022), Dina Anggraeni Susesti dan Endah Tri Wahyuningtyas (2022) yang menyatakan bahwa Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

3. Pengaruh Variabel *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan

Variabel *Leverage* memiliki t statistic sebesar $0.2712 < 2.060$ (t table) dengan nilai probabilitas sebesar $0.788 > 0.05$ Maka dapat disimpulkan bahwa kesimpulan bahwa variabel *Leverage* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Siwi Nur Khotimah (2020), Angryani Bertha Lamba & Apriani Dorkas Rambu Atahau (2022), dan Ricca Wijaya, Syukri Hadi & Mimelientesa Irman (2023) yang menyatakan bahwa Variabel *Leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

4. Interaksi *Corporate Social Responsibility* Memoderasi Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji interaksi atau *Moderated Regression Analysis* (MRA) menunjukkan bahwa variabel moderasi $X1*Z$ dengan tingkat

signifikansi 0.2359 dimana nilai tersebut lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* belum mampu memoderasi hubungan Pertumbuhan Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. Artinya variabel Pertumbuhan Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai variable moderasi memperlemah nilai perusahaan. Oleh karena itu, hipotesis H4 yang diajukan dalam penelitian ini tidak berpengaruh atau tidak diterima.

5. Interaksi *Corporate Social Responsibility* Memoderasi Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji interaksi atau *Moderated Regression Analysis* (MRA) menunjukkan bahwa variabel moderasi $X2*Z$ dengan tingkat signifikansi 0.7722 dimana nilai tersebut lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* belum mampu memoderasi hubungan variabel Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. Artinya variable Ukuran Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai variable moderasi memperlemah nilai perusahaan. Oleh karena itu, hipotesis H5 yang diajukan dalam penelitian ini tidak berpengaruh atau tidak diterima.

6. Interaksi *Corporate Social Responsibility* Memoderasi Pengaruh Leverage terhadap Nilai Perusahaan.

Berdasarkan hasil uji interaksi atau *Moderated Regression Analysis* (MRA) menunjukkan bahwa variabel moderasi $X3*Z$ dengan tingkat signifikansi 0.9911 dimana nilai tersebut lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* belum mampu memoderasi hubungan variabel Leverage terhadap Nilai Perusahaan. Artinya variable *Leverage* dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai variable moderasi memperlemah nilai perusahaan. Oleh karena itu, hipotesis H6 yang diajukan dalam penelitian ini tidak berpengaruh atau tidak diterima

KESIMPULAN

1. Variabel Pertumbuhan Perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa karena selama pandemi covid 19 melanda Indonesia beberapa nilai pertumbuhan perusahaan sektor pertambangan logam dan mineral cenderung menurun, maka berdampak semakin sedikit dividen atau dana yang dikeluarkan yang dibagikan kepada pemegang sahamnya, Hal ini merupakan sinyal tidak baik bagi para investor dan selama pandemi juga perusahaan pertambangan logam dan mineral mempertahankan posisi ekonominya ditengah pertumbuhannya. Namun rata-rata perusahaan mengalami penurunan pertumbuhan, dikarenakan asset yang didapat mengalami peningkatan yang sedikit. Oleh karena itu, kecil atau tingginya nilai pertumbuhan perusahaan yang dimiliki perusahaan tidak mempengaruhi nilai perusahaan itu sendiri. Selain itu, pertumbuhan sering kali datang dengan risiko yang lebih tinggi, terutama jika perusahaan memasuki pasar baru yang belum dikenal atau melakukan diversifikasi yang

tidak teruji. Peningkatan risiko ini bisa mengurangi daya tarik perusahaan bagi investor, yang akhirnya mengurangi nilai perusahaan.

2. Variabel Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa Ukuran perusahaan dilihat dari total aset yang dimiliki oleh perusahaan yang dipergunakan untuk kegiatan operasional perusahaan. Jika perusahaan memiliki total aset yang besar akan cenderung lebih banyak menarik investor yang dapat meningkatkan permintaan saham, hal tersebut dapat meningkatkan nilai perusahaan. Karena dianggap perusahaan ini mampu berkembang sehingga tingkat pengembalian atau deviden menjadi lebih stabil.
3. Variabel *Leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Tingkat *Leverage* menggambarkan tingkat risiko keuangan perusahaan. Perusahaan dengan *Leverage* yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan bergantung pada kredit eksternal atau hutang, sedangkan perusahaan dengan *Leverage* yang rendah dapat membiayai operasionalnya dengan modal sendiri. Hal ini menunjukkan bahwa tingginya hutang dapat mengurangi investor untuk melakukan investasi. Dikarenakan adanya kekhawatiran perusahaan akan terancam mengalami kebangkrutan karena tingginya beban bunga yang harus dibayarkan. Sehingga hal ini berakibat pada berkurangnya nilai perusahaan.
4. Variabel moderasi menyatakan *Corporate Social Responsibility* tidak mampu memoderasi Pertumbuhan Perusahaan dengan Nilai Perusahaan. Maka dapat diartikan bahwa dengan adanya interaksi antara *Corporate Social Responsibility* dengan Pertumbuhan Perusahaan memperlemah Nilai Perusahaan. Hal ini terjadi karena *Corporate Social Responsibility* erat kaitannya dengan lingkungan dan sumberdaya alam, sehingga mewajibkan perusahaan dalam bertanggung jawab terhadap aspek sosial dan lingkungan, akan tetapi masih banyaknya perusahaan yang enggan dan mengabaikan hal tersebut, dibuktikan dengan banyaknya kerusakan lingkungan. Dengan begitu reputasi perusahaan juga menjadi buruk dimata investor sehingga berdampak negatif pada pertumbuhan perusahaan. Selain itu, CSR memiliki dampak negatif yang signifikan terhadap nilai perusahaan, karena biaya lebih besar yang harus dikeluarkan oleh perusahaan kepada lingkungan daripada keuntungan di awal.
5. Hasil interaksi pada H5 antara variabel moderasi menyatakan *Corporate Social Responsibility* tidak mampu memoderasi Ukuran Perusahaan dengan Nilai Perusahaan. Maka dapat diartikan bahwa dengan adanya interaksi antara *Corporate Social Responsibility* dengan Ukuran Perusahaan memperlemah nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa Stakeholder belum mampu mengidentifikasi pengungkapan CSR sebagai bagian penting yang perlu mendapat perhatian dari perusahaan. Karena mayoritas perusahaan yang go public cenderung memfokuskan dirinya hanya pada factor keuangan semata tanpa memikirkan factor social kemasyarakatan. Kurang perhatiannya pada CSR inilah yang menjadi salah satu alasan tidak

adanya pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Selain itu, Jika perusahaan menghabiskan banyak sumber daya untuk inisiatif CSR yang tidak memberikan hasil atau dampak nyata, baik bagi masyarakat atau perusahaan itu sendiri, maka CSR tidak akan meningkatkan nilai perusahaan. CSR yang dilakukan hanya sebagai formalitas semata atau sebagai alat pemasaran tanpa hasil konkret tidak akan meningkatkan kepercayaan investor atau pelanggan.

6. Hasil interaksi pada H6 antara variabel moderasi menyatakan *Corporate Social Responsibility* tidak mampu memoderasi *Leverage* dengan Nilai Perusahaan. Maka dapat diartikan bahwa dengan adanya interaksi antara Variabel moderasi *Corporate Social Responsibility* dengan *Leverage* memperlemah nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa CSR tidak terpengaruh langsung oleh struktur pembiayaan utang dalam perusahaan adalah keputusan finansial yang biasanya berfokus pada bagaimana memperoleh dana yang murah dan mengoptimalkan pengembalian bagi pemilik saham. Keputusan ini tidak berkaitan langsung dengan CSR perusahaan yang dimana berkaitan mengelola hubungan dengan masyarakat, lingkungan, atau komunitas. CSR lebih dipengaruhi oleh budaya perusahaan, nilai-nilai etika yang dipegang perusahaan, dan kebutuhan untuk membangun hubungan baik dengan pemangku kepentingan.
7. Pengaruh variabel Pertumbuhan Perusahaan, Ukuran Perusahaan, *Leverage* dengan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan mempunyai pengaruh sebesar 58,4% (setelah dimasukan variabel moderasi). Sebelum interaksi dengan variabel moderasi (CSR) nilai R² ialah 62,6% yang menunjukkan bahwa Nilai Perusahaan dipengaruhi oleh variabel Pertumbuhan Perusahaan, Ukuran Perusahaan, dan *Leverage*. Artinya sumbangan CSR sebagai moderasi memperlemah nilai perusahaan. Sedangkan uji F menyatakan bahwa variabel Pertumbuhan Perusahaan, Ukuran Perusahaan, dan *Leverage* dengan *Corporate Social Responsibility* secara bersama-sama berpengaruh signifikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agung Nurmansyah, Kristianto, G. B., & Saraswati, E. (2023). Pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan melalui corporate governance pada industri perbankan di Indonesia. *Jurnal Arimbi (Applied Research in Management and Business)*, 3(1).
- Christiaan, P. (2022). Pengaruh ukuran perusahaan dan leverage terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel intervening (studi pada perusahaan sektor industri barang konsumsi). *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 19(1).
- Fajriah, A. L., dkk. (2022). Pengaruh pertumbuhan penjualan, pertumbuhan perusahaan, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 7(1).

- Hadi. (2011). *Corporate social responsibility* (Edisi pertama, Cetakan pertama). Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Intan, D. A., Dewi, Y. M., & Sudiartha, G. M. (2017). Pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, dan pertumbuhan aset terhadap struktur modal dan nilai perusahaan. *Jurnal Manajemen Unud*, 6(4).
- Irawan, D., & Nurhadi. (2019). Pengaruh struktur modal dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Aktual STIE Trisna Negara*, 17(1).
- Kelana, S. K. P. (2020). Pengaruh pertumbuhan perusahaan dan keputusan investasi terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel intervening. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 9(1).
- Lamba, A. B., & Atahau, A. D. R. (2022). Pengaruh leverage terhadap nilai perusahaan yang dimediasi profitabilitas. *Reviu Akuntansi dan Bisnis Indonesia*, 6(1).
- Mipo. (2022). Pengaruh profitabilitas, leverage, ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan CSR sebagai moderating variable pada perusahaan manufaktur di BEI. *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi*, 6(1).
- Octaviany, A. (2019). Pengaruh ukuran perusahaan dan leverage terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel intervening. *Jurnal Riset Inspirasi Manajemen dan Kewirausahaan*, 3(1).
- Olii, N., Solikahan, E. Z., & Ariawan. (2021). Pengaruh corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan dengan menggunakan profitabilitas sebagai variabel moderating (studi kasus pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2016-2018). *Global Journal of Islamic Banking and Finance*, 3(1).
- Putri, Z. B., & Budiyanto. (2018). Pengaruh corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan dengan kepemilikan manajerial sebagai variabel moderating. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 7(3).
- Widyawati, N., & Aris, M. A. (2024). Pengaruh struktur modal, pertumbuhan perusahaan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan (studi empiris pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2022). *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(1).
- Wijaya, R., Hadi, S., & Irman, M. (2023). Analysis the effect of profitability, leverage, and firm size of the company against the value of companies in energy company listed on IDX period 2017-2021. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 3(3).