

PENGARUH PROFITABILITAS, LIKUIDITAS, UKURAN PERUSAHAAN, DAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

David Holyfil dan Agustin Ekadjaja

Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi, Universitas Tarumanagara, Jakarta

Email: davidholyfil115@gmail.com

Abstract: *The purpose of this study was to analyze the effect of profitability, liquidity, firm size and corporate social responsibility on firm value on manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2016-2018. This study uses 70 manufacturing companies that have been selected through a purposive sampling method with a total of 210 data for three years. The data used are secondary data in the form of financial statements which ends on 31 December ended period. Processing data in this study using software Eviews version 10.0. The results of the study shows that profitability have a negative effect on firm value. Nonetheless, liquidity, firm size, and corporate social responsibility doesn't have any impact on firm value.*

Keywords: *firm value, profitability, liquidity, firm size, and corporate social responsibility.*

Abstrak: Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh profitabilitas, likuiditas, ukuran perusahaan dan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2018. Penelitian ini menggunakan 70 perusahaan manufaktur yang telah diseleksi melalui metode *purposive sampling* dengan total 210 data selama tiga tahun. Data yang digunakan adalah data sekunder berupa laporan keuangan yang berakhir pada 31 Desember pada tiap setiap periode. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan *software Eviews* versi 10.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan, likuiditas, ukuran perusahaan, dan *corporate social responsibility* tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci: nilai perusahaan, profitabilitas, likuiditas, ukuran perusahaan, *corporate social responsibility*.

LATAR BELAKANG

Pada era berkembangnya kegiatan ekonomi yang begitu pesat dan ketat sehingga banyak perusahaan baru yang muncul. Kemunculan dari perusahaan-perusahaan baru ini membuat tingginya tingkat persaingan sehingga perusahaan berlomba-lomba agar dapat meningkatkan kinerja perusahaannya agar dapat mencapai tujuan dari perusahaan tersebut. Tujuan utama dari suatu perusahaan pada dasarnya adalah memaksimalkan nilai perusahaan. Meningkatnya suatu nilai perusahaan merupakan suatu prestasi dan pencapaian yang sesuai dengan kemauan

para pemilik usaha, karena semakin meningkatnya suatu nilai perusahaan, maka para pemilik usaha kesejahteraannya akan semakin meingkat, jadi semakin tinggi suatu nilai perusahaan maka semakin besar juga kemampuan yang akan diperoleh pemilik perusahaan.

Nilai perusahaan merupakan nilai jual perusahaan sebagai suatu bisnis yang sedang beroperasi. Hal ini mencerminkan penilaian masyarakat terhadap kinerja suatu perusahaan. Meningkatkan nilai saham suatu perusahaan di pasar modal adalah salah satu cara untuk memperoleh laba yang diinginkan. Pasar modal sendiri diartikan sebagai pasar yang diatur secara terorganisir dengan aktivitas jual beli instrumen jangka panjang dalam bentuk modal sendiri maupun utang. Peningkatan harga saham secara maksimum akan mempengaruhi nilai suatu perusahaan dan dapat memberikan kesejahteraan bagi pemegang saham.

KAJIAN TEORI

Agency theory. Teori ini menjelaskan mengenai dua orang pelaku ekonomi yang saling bersebrangan tujuan yaitu *principal* dan *agent*. Menurut Ritchie dan Rini (2020) hubungan teori keagenan (*agency theory*) merupakan suatu kontrak yang mana salah satu orang ditunjuk sebagai agen (*agent*) dan diperintah oleh satu orang atau lebih (*principal*) untuk melakukan suatu jasa atas nama *principal* itu sendiri dan memberi wewenang kepada agen agar dapat membuat keputusan terbaik bagi *principal*.

Legitimacy theory. Teori ini merupakan keadaan psikologis dalam berpihak kepada orang dan kelompok orang yang sangat sensitif terhadap gejala pada lingkungan sekitar baik itu fisik maupun non-fisik, menurut Febrina dan Lintang (2014). Legitimasi masyarakat merupakan salah satu faktor penting bagi perusahaan dalam mengembangkan perusahaan tersebut untuk jangka waktu yang panjang.

Nilai perusahaan menurut I Nyoman dan I Ketut, (2017) ialah sebagai harga yang dapat dibayarkan oleh calon pembeli pada saat perusahaan tersebut dijual. Pada dasarnya nilai perusahaan dapat diukur menggunakan beberapa aspek, salah satu aspek yang dapat dipakai adalah menggunakan harga pasar perusahaan, dimana harga pasar suatu perusahaan dapat memeberikan penilaian bagi investor atas segala ekuitas yang dimiliki perusahaan. Dalam penelitian ini indikadot pengukuran nilai perusahaan adalah menggunakan proksi *Proce Book Value* (PBV) yang merupakan penentuan nilai wajar suatu saham dengan memperhitungkan harga saham terakhir yang tertera pada nilai buku laporan keuangan tahunan suatu perusahaan.

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan atau laba selama periode tertentu pada tahap penjualan, modal saham tertentu maupun asset.

Tujuan dari profitabilitas ialah sebagai alat ukur untuk melihat tingkat efektivitas dari kinerja manajemen, menurut Hery (2017, h. 313). Dalam penelitian ini profitabilitas menggunakan proksi *Return on Asset* (ROA) yang merupakan suatu pengukuran yang digunakan pihak ketiga dari perusahaan dalam melihat suatu efektivitas dan efisiensi manajemen perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dan laba serta menunjukkan seberapa banyak keuntungan atau laba bersih yang bisa diperoleh dari seluruh *asset* yang dimiliki perusahaan tersebut.

Likuiditas merupakan kemamuan suatu perusahaan dalam membayar kewajiban jangka pendek perusahaan, menurut AA Ngruh dan Putu (2016). Sedangkan menurut Bulan (2017)

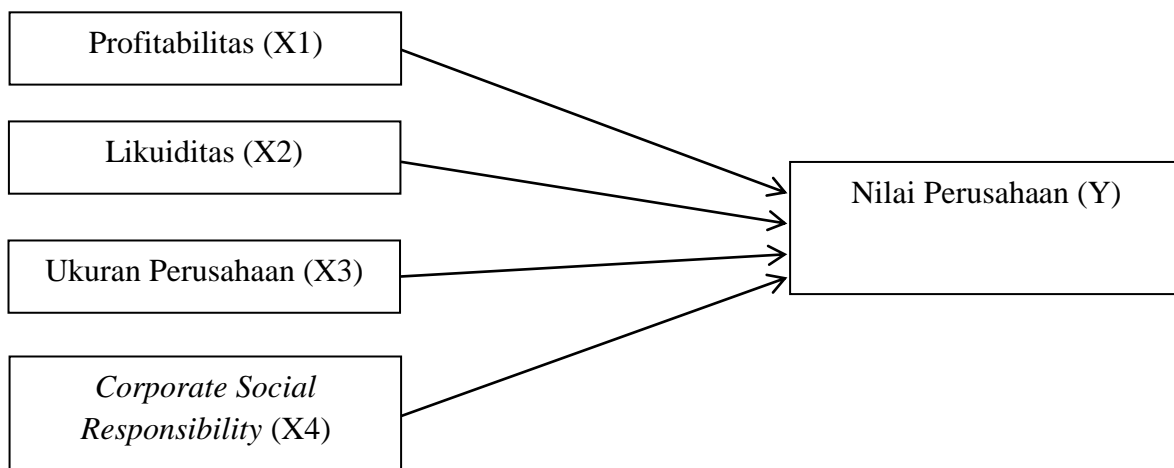
likuiditas merupakan suatu pengukuran yang dilakukan perusahaan dalam melihat tingkat keamanan (*margin of safety*) suatu perusahaan. Pengertian likuiditas secara akademis ialah suatu pengukuran yang menggambarkan kemampuan suatu perusahaan dalam memenuhi kewajibannya secara finansial yang harus segera terpenuhi. Dalam penelitian ini likuiditas menggunakan *Current Ratio* sebagai proksi yaitu dengan perhitungan aktiva lancar dibagi dengan utang lancar.

Ukuran perusahaan dinilai memiliki peran yang penting dalam mempengaruhi nilai perusahaan, hal ini dikarenakan semakin besar skala suatu perusahaan maka akan lebih memudahkan perusahaan tersebut memperoleh sumber pendanaan dalam bentuk internal maupun eksternal. Ukuran perusahaan menurut Aniela, *et al* (2017) merupakan salah satu alat ukur yang dipertimbangkan untuk menentukan nilai suatu perusahaan dan ukuran perusahaan sendiri digolongkan menjadi dua jenis yaitu ukuran perusahaan berskala kecil dan ukuran perusahaan berskala besar. Dalam penelitian ini ukuran perusahaan menggunakan tolak ukur aset karena total aset dapat disederhanakan menggunakan transformasi ke dalam bentuk logaritma natural.

Corporate Social Responsibility atau biasa dikenal dengan tanggung jawab sosial adalah salah satu untuk non keuangan lainnya yang dijadikan pertimbangan oleh suatu perusahaan dalam upaya mengembangkan atau meningkatkan nilai perusahaan, menurut Kadek dan I Gede (2017). Berbeda pendapat dengan Fachrur dan Rika (2014) yang mengatakan bahwa definisi dari *Corporate Social Responsibility* adalah suatu tanggung jawab dari bisnis untuk berperan dalam suatu pembangunan ekonomi yang bisa bekerja sama dengan karyawan dan perwakilan dari mereka, suatu masyarakat sekitar maupun masyarakat yang lebih luas lagi untuk mengembangkan kualitas hidup, dengan cara yang lebih baik bagi suatu bisnis. Pada era sekarang ini, banyak perusahaan yang sedang mengembangkan *corporate social responsibility* (CSR) ini dan kerap dianggap sebagai ini dari etika bisnis dan juga sebagai investasi perusahaan, bukan lagi dikatakan sebagai cost.

Kerangka pemikiran yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar berikut:

Gambar 1
Kerangka Pemikiran



Hipotesis dari model yang dibangun di atas sebagai berikut:

- H₁: profitabilitas mempunyai pengaruh yang signifikan dan memiliki arah yang negatif terhadap nilai perusahaan
- H₂: likuiditas mempunyai pengaruh yang signifikan dan memiliki arah yang positif terhadap nilai perusahaan
- H₃: Ukuran perusahaan mempunyai pengaruh yang signifikan dan memiliki arah yang positif terhadap nilai perusahaan
- H₄: *Corporate Social Responsibility* mempunyai pengaruh yang signifikan dan memiliki arah yang positif terhadap nilai perusahaan

METODOLOGI

Objek penelitian ini difokuskan kepada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2018 yang laporan keuangannya diperoleh dari sumber www.idx.co.id. Metode yang digunakan dalam pemilihan sampel yaitu dengan menggunakan *purposive sampling method* dengan kriteria-kriteria yang ditentukan pada pengambilan sampel penelitian, yaitu: (a) Perusahaan manufaktur yang terdaftar (listed) di Bursa Efek Indonesia pada periode 2016-2018. (b) Perusahaan manufaktur yang tidak melakukan IPO (Initial Public Offering) selama periode 2016-2018. (c) Perusahaan manufaktur yang menyajikan laporan keuangannya secara berturut-turut selama periode 2016-2018 di Bursa Efek Indonesia. (d) Perusahaan manufaktur yang menerbitkan laporan keuangannya berakhir pada periode 31 Desember. (e) Perusahaan manufaktur yang tidak mengalami kerugian selama periode 2016-2018. (f) Perusahaan manufaktur yang menggunakan mata uang rupiah pada laporan keuangan tahunannya selama periode 2016-2018. Jumlah perusahaan yang memenuhi syarat adalah sebanyak 70 perusahaan dan periode penelitian selama tiga tahun, sehingga data yang digunakan ada sebanyak 210.

Variabel operasional pada penelitian ini terdiri dari profitabilitas, likuiditas, ukuran perusahaan dan *corporate social responsibility* sebagai variabel independen dan nilai perusahaan sebagai variabel dependen. Dalam penelitian ini nilai perusahaan menggunakan *Price Book Value* (PBV) sebagai proksinya. PBV dalam penelitian ini dihitung dengan membandingkan *Market Price per Share* dengan *Book Value per Share*.

$$PBV = \frac{\text{Market Price per Share}}{\text{Book Value per Share}}$$

Dalam penelitian ini variabel profitabilitas menggunakan *Return on Assets* (ROA) sebagai proksinya dan dihitung dengan membandingkan *Net Income* dengan *Total Asset*.

$$ROA = \frac{\text{Net Income}}{\text{Total Asset}}$$

Dalam penelitian ini variabel likuiditas menggunakan *Current Ratio* (CR) sebagai proksinya dan dihitung dengan membandingkan *Current Asset* dengan *Current Liability*.

$$CR = \frac{\text{Current Asset}}{\text{Current Liability}}$$

Dalam penelitian ini variabel ukuran perusahaan dihitung menggunakan cara $\ln Total Asset$.

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \ln Total Asset$$

Dalam penelitian ini variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) menggunakan instrumen pengukuran *Corporate Social Responsibility Index* (CSRI). Perhitungan yang digunakan menggunakan variabel dummy yaitu:

Skor 0 : diberikan apabila perusahaan tidak mengungkapkan item yang ada pada indeks

Skor 1 : diberikan apabila perusahaan mengungkapkan item yang ada pada indeks

Setelah pemberian skor maka dapat dijumlahkan total skor pengungkapan item pada indeks dan dimasukkan kedalam rumus.

$$CSRI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

Keterangan :

$CSRI_j$: *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* perusahaan j

$\sum X_{ij}$: Total skor yang diperoleh oleh masing-masing perusahaan

n_j : Jumlah item untuk perusahaan j

Dalam penelitian ini menggunakan Uji Statistik Deskriptif untuk menguji data sampel yang digunakan kemudian melakukan uji asumsi analisis data yang terdiri dari Regresi data panel dan model estimasi regresi data panel. Sedangkan uji hipotesis menggunakan Uji t dan Uji koefisien determinasi

HASIL UJI STATISTIK

Uji statistik deskriptif yang menggambarkan mengenai ringkasan data penelitian seperti *mean*, *median*, *maximum*, *minimum*, standar deviasi. Hasil dari uji statistik deskriptif untuk periode 2016-2018 menunjukkan bahwa nilai perusahaan memiliki nilai *mean* sebesar 3.403410, nilai *median* sebesar 1.492350, nilai *maximum* dan *minimum* secara berturut-turut adalah 82.44440 dan 0.070100 serta nilai standar deviasi adalah 8440312. Hasil dari uji statistik untuk periode 2016-2018 menunjukkan bahwa variabel profitabilitas memiliki nilai *mean* sebesar 0.089613, nilai *median* sebesar 0.059255. Sedangkan nilai *minimum* dan *maximum* berturut-turut sebesar 0.000280 dan 0.921000 serta nilai standar deviasi sebesar 0.114926. Hasil uji statistik deskriptif untuk periode 2016-2018 menunjukkan bahwa likuiditas memiliki nilai *mean* sebesar 2.46155, nilai *median* sebesar 1.936715, sedangkan nilai *minimum* dan *maximum* sebesar 0.605630 dan 8.637840, serta nilai standar deviasi sebesar 1.608341. Hasil dari uji statistik deskriptif untuk periode 2016-2018 menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan menunjukkan nilai *mean* sebesar 28.70012, nilai *median* sebesar 28.52610, sedangkan nilai *minimum* dan *maximum* dari ukuran perusahaan berturut-turut adalah sebesar 25.16975 dan 33.47373, serta nilai standar deviasi sebesar 1.559168. Hasil dari uji statistik deskriptif untuk periode 2016-2018 menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* memiliki nilai *mean* sebesar 0.226950, nilai *median* sebesar 0.219780, sedangkan nilai *minimum* dan nilai *maximum* dari *Corporate Social Responsibility* (CSR) berturut-turut adalah sebesar 0.065930 dan 0.560440, serta nilai standar deviasi sebesar 0.095291.

Berdasarkan uji *likelihood* / uji *chou* yang telah di uji dari model data panel *fixed effect model*, *cross-section F* memiliki probabilitas $0.0000 < 0.005$, maka H_0 ditolak dan h_a diterima, sehingga model yang lebih tepat untuk digunakan dalam penelitian adalah *fixed effect model*. Setelah terpilihnya *fixed effect model* dalam pengujian uji *likelihood*, maka akan dilakukan pengujian kedua yaitu uji *hausman*. Uji *hausman* dilakukan untuk menentukan model mana yang paling tepat digunakan dalam penelitian, antara *fixed effect model* atau *random effect*

model. Berdasarkan uji *hausman* yang ujinya dilakukan melalui data panel *random effect model*, *cross-section random* memiliki probabilitas $0,0000 < 0,05$, yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima, dengan demikian model yang lebih tepat digunakan dalam penelitian ini adalah *fixed effect model*.

Tabel 1. Uji Regresi Linear Berganda

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	58.61001	28.28045	2.072457	0.0401
X1	-6.052792	2.827091	-2.140997	0.0341
X2	-0.267889	0.324486	-0.825580	0.4105
X3	-1.938998	0.985718	-1.967093	0.0512
X4	7.252444	8.479156	0.855326	0.3939

Sumber : *Software Eviews 10*

Berdasarkan tabel 1, maka dapat diketahui bahwa persamaan regresi berganda untuk penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y = 58.61001 - 6.052792X_1 - 0.267889X_2 - 1.938998X_3 + 7.252444X_4 + e$$

Profitabilitas (X1) yang diproksikan dengan ROA memiliki koefisien regresi sebesar -6.052792 yang mengartikan bahwa jika ROA naik sebesar satu kesatuan, maka nilai perusahaan akan mengalami penurunan sebesar 6.052792 satuan apabila variabel independen lainnya dianggap konstan. Likuiditas (X2) yang diproksikan dengan CR memiliki koefisien regresi sebesar -0.267889 yang mengartikan bahwa jika CR naik sebesar satu kesatuan maka nilai perusahaan akan mengalami penurunan sebesar 0.267889 satuan apabila variabel independen lainnya dianggap konstan. Ukuran perusahaan (X3) yang dihitung menggunakan perhitungan Ln *Total Assets* memiliki nilai koefisien regresi sebesar -1.938998 yang mengartikan bahwa jika ukuran perusahaan naik satu satuan maka nilai perusahaan mengalami penurunan sebesar 1.938998 satuan apabila variabel independen lainnya dianggap konstan. *Corporate Social Responsibility* (X4) yang diukur menggunakan *corporate social responsibility index* (CSRI) memiliki nilai koefisien regresi sebesar 7.252444 yang mengartikan bahwa jika CSR naik sebesar satu kesatuan maka nilai perusahaan akan mengalami peningkatan sebesar 7.252444 satuan apabila variabel independen lainnya dianggap konstan.

Tabel 2. Hasil Uji F

F-statistic	37.28678
Prob(F-statistic)	0.000000

Berdasarkan hasil uji F pada tabel 2 diatas, didapat nilai dari Prob(F-statistic) sebesar $0.000000 < 0.05$, sehingga H_a diterima, maka variabel profitabilitas, likuiditas, ukuran perusahaan dan *corporate social responsibility* secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Tabel 3. Hasil Uji Koefisien Determinasi Berganda (*Adjusted R²*)

R-squared	0.952413
Adjusted R-squared	0.926870

Uji Koefisien determinasi berganda (*adjusted R²*) digunakan guna mengetahui seberapa besar variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen dalam penelitian ini, sehingga dalam penelitian ini uji koefisien determinasi berganda (*Adjusted R²*) akan memberikan kesimpulan seberapa besar profitabilitas, likuiditas, ukuran perusahaan dan *corporate social responsibility* dapat menjelaskan nilai perusahaan. Berdasarkan tabel 3 diatas, nilai dari *adjusted R-square* adalah sebesar 0.926870 atau sebesar 92.6870%. nilai dari *adjusted R-square* tersebut memebrikan kesimpulan bahwa profitabilitas, likuiditas, ukuran perusahaan dan *corporate social responsibility* dapat menjelaskan nilai perusahaan, sedangkan sisanya yaitu sebesar 7.313% dipengaruhi oleh variabel lainnya.

Tabel 4. Hasil Uji t

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	58.61001	28.28045	2.072457	0.0401
X1	-6.052792	2.827091	-2.140997	0.0341
X2	-0.267889	0.324486	-0.825580	0.4105
X3	-1.938998	0.985718	-1.967093	0.0512
X4	7.252444	8.479156	0.855326	0.3939

Sumber : *Software Eviews 10*

Uji t memiliki tujuan untuk melaksanakan pengujian hipotesis secara parsial yang berguna untuk menunjukkan pengaruh antara varibel independen secara individual terhadap variabel dependen, menurut Ghozali (2013:98). Tingkat signifikansi yang digunakan dalam uji t ini adalah sebesar 0.05. jika nilai signifikasi pada uji t kurang dari 0.05 maka bisa disimpulkan bahwa variabel independen tersebut berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel dependen. Sedangkan jika nilai signifikansi lebih dari 0.05 maka variabel independen tersebut tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

DISKUSI

Mengarah pada tabel 4, maka dapat dilihat bahwa Prob dari profitabilitas (X1) memiliki nilai sebesar 0.0401 sehingga nilai signifikansi probabilitas $0.0401 < 0.05$ dan pada kolom *coefficient*, profitabilitas memiliki nilai sebesar -6.052792. Sehingga hipotesis pertama (H₁) diterima atau profitabilitas mempunyai pengaruh yang signifikan dan memiliki arah yang negatif terhadap nilai perusahaan.

Mengarah pada tabel 4, maka dapat dilihat bahwa Prob dari likuiditas (X2) memiliki nilai sebesar 0.4105 sehingga nilai signifikansi probabilitas $0.4105 > 0.05$ dan pada kolom *coefficient*, likuiditas memiliki nilai sebesar -0.267889. Sehingga hipotesis kedua (H₂) ditolak atau likuiditas tidak memiliki pengaruh yang signifikan positif terhadap nilai perusahaan.

Mengarah pada tabel 4, maka dapat dilihat bahwa Prob dari ukuran perusahaan (X4) memiliki nilai sebesar 0.0512 sehingga nilai signifikansi probabilitas $0.0512 > 0.05$ dan pada kolom *coefficient*, ukuran perusahaan memiliki nilai sebesar -1.938998. Sehingga hipotesis

ketiga (H_3) ditolak atau ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan positif terhadap nilai perusahaan.

Mengarah pada tabel 4, maka dapat dilihat bahwa Prob dari *corporate social responsibility* (X_4) memiliki nilai sebesar 0.3939 sehingga nilai signifikansi probabilitas $0.3939 > 0.05$ dan pada kolom *coefficient*, CSR memiliki nilai sebesar 7.252444. Sehingga hipotesis keempat (H_4) ditolak atau *Corporate Social Responsibility* tidak memiliki pengaruh yang signifikan positif terhadap nilai perusahaan.

PENUTUP

Berdasarkan hasil pengujian data pada penelitian ini, menunjukkan bahwa nilai perusahaan tidak dipengaruhi oleh likuiditas, ukuran perusahaan dan *corporate social responsibility*. Terdapat variabel independen yang mempengaruhi nilai perusahaan dalam penelitian ini yaitu

profitabilitas. Keterbatasan dari penelitian ini dikarenakan (1) Data yang digunakan dalam penelitian ini hanya perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada periode 2016-2018, (2) Periode penelitian yang dilakukan cukup singkat, hanya menggunakan 3 tahun periode, sehingga hasil penelitian yang dilakukan tidak bisa menggambarkan sepenuhnya keadaan yang terjadi di lapangan, (3) Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini hanya 4 variabel yaitu profitabilitas, likuiditas, ukuran perusahaan dan *corporate social responsibility*. Berdasarkan hasil dan keterbatasan di atas, maka saran yang dapat diberikan untuk melakukan penelitian selanjutnya yaitu mempertimbangkan mengenai penambahan periode pada penelitian ini untuk tujuan meningkatkan keakuratan informasi. Setelah itu juga dapat melakukan penambahan variabel lainnya yang memiliki tujuan untuk mengetahui dari pengaruh hubungan terhadap nilai perusahaan dan terakhir yaitu mengganti populasi yang digunakan pada penelitian terhadap nilai perusahaan yang bertujuan supaya pembaca mendapatkan sumber yang beranekaragam.

DAFTAR PUSTAKA

- AA Ngurah Dharma Adi Putra & Putu Vivi Lestari. (2016). Pengaruh kebijakan dividen, likuiditas, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. *E-Jurnal Manajemen*, 5(7), 4044-4070.
- Dewi, C. R. K., & Sanica, G. I. (2017). Pengaruh kepemilikan institusional, kepemilikan manajerial dan pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis*, 2(1), 146-172.
- Dian, F., & Lidyah, R. (2014). Pengaruh *corporate social responsibility*, kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusi terhadap nilai perusahaan tambang batu bara yang terdaftar di BEI. *Jurnal STIE MDP*, 1-10.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi analisis multivariat dengan program IBM SPSS. Edisi 7*. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hery, S.E., M.Si., CRP., RSA., CFRM.(2017). *Teori Akuntansi Pendekatan Konsep dan Analisis*, Jakarta: Grasindo.
- Jeconiah. R., & Hastuti. T. R. (2020). Faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. *Jurnal Multiparadigma Akuntansi Tarumanagara*, 2(1), 98-107.

- Nurmindia, A., Isyuardhana, D., & Nurbaiti, A. (2017). Pengaruh profitabilitas, *leverage* dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. *E-Proceedingof Management*, 4(1), 542-549.
- Oktrima, B. (2017). Pengaruh profitabilitas, likuiditas dan struktur modal terhadap nilai perusahaan. *Jurnal manajemen keuangan*, 1(1), 98-107.
- Sholekah. W. F., & Venusita. L. (2014). Pengaruh kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, *leverage*, *firm size* dan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *high profile* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2008-2012. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(3), 795-807.
- Suwardika, A. N. I., & Mustanda, K. I. (2017). Pengaruh *leverage*, ukuran perusahaan, pertumbuhan perusahaan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan properti. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(3), 1248-1277.

www.duniainvestasi.com

www.idx.co.id