

---

**PENGARUH PROFITABILITAS, LEVERAGE, CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY,  
TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN UKURAN PERUSAHAAN SEBAGAI  
VARIABEL MEDIATING PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR  
SUBSEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN**

Aditya Muhammad Septyan  
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kusumanegara  
[adityarhudour@gmail.com](mailto:adityarhudour@gmail.com)

Nendi Juhandi  
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kusumanegara  
[Nendijuhandi02@gmail.com](mailto:Nendijuhandi02@gmail.com)

---

**INFO NASKAH**

Diterima : 25 Maret 2025  
Direvisi : 27 Maret 2025  
Diterbitkan : 7 April 2025

---

**ABSTRAK**

**Abstract:** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh profitabilitas, leverage, dan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) terhadap nilai perusahaan dengan mempertimbangkan ukuran perusahaan sebagai variabel mediasi. Objek penelitian ini adalah perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2019-2023. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 26 perusahaan, sedangkan sampel yang diambil melalui Teknik purposive sampling diperoleh 14 perusahaan.

Dengan menggunakan metode regresi dan analisis jalur, penelitian ini menemukan bahwa profitabilitas, Leverage dan CSR memiliki pengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan, ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan juga terbukti tidak mampu menjadi variabel memediasi yang memperkuat hubungan antara profitabilitas, Leverage dan CSR dengan nilai perusahaan. Penelitian ini menyarankan bahwa perusahaan yang berfokus pada tanggung jawab sosial dan profitabilitas cenderung memiliki nilai yang lebih tinggi, memberikan implikasi strategis bagi manajemen dalam pengambilan keputusan terkait pengelolaan perusahaan.

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

---

**PENDAHULUAN**

**Latar Belakang Masalah**

Perusahaan yang baik tercermin pada nilai perusahaan, apabila kinerja perusahaan baik maka nilai perusahaan dapat dikatakan baik. Nilai perusahaan dilihat dari sudut pandang investor dalam kaitannya dengan harga saham, semakin tinggi harga saham yang dimiliki perusahaan maka semakin tinggi pula nilai perusahaan tersebut. Dalam perkembangan

perusahaan ke depan dapat dilihat indikator lain yang memerlukan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba sebagai indikator pemenuhan kewajiban perusahaan terhadap pengguna dana, sekaligus sebagai unsur penciptaan nilai bagi perusahaan (S. F. Wahyuni, 2018).

Nilai sebuah perusahaan sering diukur menggunakan berbagai rasio keuangan yang memberikan gambaran tentang kinerja dan kesehatan finansial perusahaan. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan rasio price to book value sebagai alat ukur untuk mengukur nilai perusahaan. Price to book value merupakan sebuah rasio keuangan yang digunakan untuk membandingkan harga pasar saham perusahaan dengan nilai bukunya per saham. Rasio ini memberikan gambaran tentang nilai yang diberikan pasar terhadap nilai aset perusahaan setelah dikurangi semua kewajibannya. rasio price book value dimana rasio ini mengukur tentang perbandingan harga saham dengan nilai. Rasio PBV dapat memberikan gambaran potensi pergerakan harga saham sehingga dari gambaran tersebut, secara tidak langsung rasio PBV juga memberikan pengaruh terhadap harga saham. Jika pada analisis nilai buku ekuitas per lembar saham investor hanya mengetahui kapasitas per lembar dari nilai saham, investor dapat membandingkan langsung harga saham dengan nilai buku ekuitas per lembar saham melalui rasio PBV. Setelah mengetahui rasio PBV, investor dapat membandingkan langsung PBV dengan saham-saham di industrinya atau yang bergerak di sektor usaha yang sama. Dengan demikian investor akan mendapat gambaran mengenai harga saham, apakah harga saham dari suatu saham tersebut sudah relatif mahal atau masih murah.

Berdasarkan fenomena diatas nilai perusahaan dipengaruhi oleh beberapa faktor internal dari perusahaan tersebut dimana faktor – faktor ini sering digunakan oleh calon investor dalam menilai kemampuan perusahaan dalam menilai kemampuan perusahaan dalam usahanya meningkatkan nilai perusahaan. Faktor internal tersebut dipilih karena faktor tersebut mampu menjelaskan kekuatan dan kelemahan kinerja keuangan suatu perusahaan melalui rasio keuangan. Rasio keuangan merupakan kegiatan membandingkan angka – angka yang ada dalam laporan keuangan dengan cara membagi satu angka dengan angka lainnya. Perbandingan dapat dilakukan antara satu komponen dengan komponen dalam satu laporan keuangan atau antarkomponen yang ada di antara laporan keuangan. Hasil rasio keuangan ini digunakan untuk menilai kinerja manajemen dalam suatu periode apakah mencapai target seperti yang telah ditetapkan. Faktor – faktor internal yang digunakan untuk mengukur nilai perusahaan melalui rasio keuangan tersebut diantaranya yaitu profitabilitas, leverage, dan CSR. Masing – masing dari faktor tersebut memiliki keterkaitan terhadap nilai perusahaan.

Faktor pertama yang digunakan untuk mengukur nilai perusahaan yaitu profitabilitas. Profitabilitas (Profitability) adalah suatu kemampuan suatu perusahaan dalam memperoleh laba (keuntungan) dalam periode waktu tertentu. Menurut Permatasi (2014), profitabilitas menjadi salah satu faktor yang akan menarik investor menanamkan sahamnya ke sebuah perusahaan.

Hasil penelitian yang meneliti tentang pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan memiliki hasil yang berbeda-beda. Penelitian yang dilakukan oleh Sofiani dan Siregar (2022), menyatakan bahwa profitabilitas yang diukur dengan menggunakan ROA berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang diproksikan dengan PBV. Penelitian serupa juga dilakukan oleh Andriani, dkk (2022), dalam penelitian dinyatakan bahwa profitabilitas yang diukur dengan menggunakan ROA secara simultan berpengaruh terhadap PBV (nilai perusahaan). Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Halim dan Latief (2022), menyatakan bahwa profitabilitas yang diukur melalui ROA tidak berpengaruh terhadap Nilai perusahaan (PBV). Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Hidayah dan Asrin (2021), yang menyatakan bahwa profitabilitas yang diukur dengan ROA tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan

yang diukur melalui PBV.

Faktor kedua yang digunakan untuk mengukur nilai perusahaan yaitu Leverage. Leverage digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendek dan jangka panjangnya (Wiagustini, 2010).

Hasil penelitian yang meneliti tentang pengaruh leverage terhadap nilai perusahaan memiliki hasil yang berbeda-beda. Penelitian yang dilakukan oleh Ayuningrum, dkk (2021), menyatakan bahwa Leverage yang diukur dengan menggunakan Debt to Asset Ratio (DAR) berpengaruh terhadap Nilai perusahaan (PBV). Fadhillah, dkk (2022), juga memberikan hasil penelitian yang serupa yaitu Leverage dapat diukur melalui DAR dan menghasilkan pengaruh positif terhadap Price Book to Value (PBV) atau Nilai Perusahaan. Hasil penelitian tersebut berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Anwar, dkk (2022), yang menyatakan bahwa Leverage yang diprosikan dengan DAR tidak berpengaruh terhadap PBV (Nilai Perusahaan).

Faktor ketiga yang digunakan untuk mengukur nilai perusahaan yaitu Corporate Social Responsibility (CSR). Corporate Social Responsibility (CSR) adalah suatu wujud pertanggungjawaban sosial dari perusahaan kepada lingkungan masyarakat yang dengan melaksanakan berbagai kegiatan sosial dapat bermanfaat bagi masyarakat sekitar perusahaan. Usaha sosial perusahaan telah direncanakan secara luas sebagai tugas manajerial untuk mengambil usaha melindungi dan mengembangkan kesejahteraan masyarakat dan memberikan keuntungan untuk perusahaan (Puspitasari & Ermayanti, 2019). Corporate social responsibility (CSR) ialah wujud tanggung jawab dari perusahaan guna memperbaiki kerusakan lingkungan serta kesenjangan social yang terjadi karena proses aktivitas perusahaannya (Erawati & Cahyaningrum, 2021).

Hasil penelitian yang meneliti tentang pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan memiliki hasil yang berbeda-beda. Penelitian yang dilakukan oleh Wardhani & Sari (2024), menyatakan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Sedangkan, penelitian yang dilakukan oleh Ariani & Ponto (2024), menyatakan bahwa pengungkapan CSR tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

Ukuran perusahaan merupakan ukuran dalam bentuk skala yang dapat diukur dengan total aset, pendapatan, dan kapitalisasi pasar. Ukuran perusahaan yang besar dapat menggambarkan perkembangan perusahaan sehingga menjadi sinyal positif bagi investor untuk berinvestasi sehingga nilai perusahaan meningkat. Semakin besar perusahaan maka semakin banyak investor yang memperhatikan perusahaan tersebut, sehingga harga saham dapat naik. Naiknya harga saham akan meningkatkan nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Nurmansyah, dkk (2023), menyatakan bahwa ukuran perusahaan yang diukur melalui size berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang diprosikan dengan PBV, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Heliani, dkk (2023), menyatakan bahwa ukuran perusahaan yang diprosikan dengan size tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan (PBV).

Berdasarkan latar belakang masalah dan gab penelitian maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Corporate Social Responsibility, Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Mediating Pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Makanan Dan Minuman.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Pengertian Nilai Perusahaan**

Nilai perusahaan merupakan penilaian investor tentang kinerja suatu perusahaan, baik kinerja saat ini maupun proyeksi dimasa depan. Pasar akan percaya tidak hanya pada kinerja perusahaan saat ini tetapi juga pada prospek perusahaan dimasa yang akan datang dengan

adanya peningkatan nilai perusahaan. (Silvia, 2019:2). Pada penelitian ini untuk mengukur nilai perusahaan adalah Price to Book Value (PBV). PBV yaitu perbandingan antara harga saham dengan nilai buku saham. Rasio harga saha, terhadap nilai buku merupakan perbandingan antara harga suatu saham terhadap nilai buku perlembar saham tersebut. PBV juga menunjukkan seberapa jauh suatu perusahaan mampu menciptakan nilai perusahaan yang relatif terhadap jumlah modal yang diinvestasikan. PBV dapat dihitung dengan rumus:

$$\text{Rumus PBV} : \text{Harga Perlembar Saham} / \text{Nilai Buku Perlembar Saham}$$

### **Ukuran Perusahaan (Size)**

Menurut Hery (2014) ukuran Perusahaan merupakan skala yang digunakan dalam menentukan besar kecilnya suatu perusahaan. Ukuran perusahaan ialah ukuran dimana perusahaan bisa dibedakan besar kecilnya, berdasarkan total modal, total aktiva, dan pendapatan, semakin besar ketiga hal tersebut menunjukkan kondisi perusahaan yang makin kuat. Perusahaan yang skalanya besar biasanya cenderung lebih banyak mengungkapkan tanggungjawab sosial dari pada perusahaan yang mempunyai skala kecil. Semakin besar aktiva maka semakin banyak modal yang ditanam, semain banyak penjualan maka semakin banyak perputaran uang dan semakin besar kapitalisasi pasar maka semakin besar pula perusahaan itu dikenal dalam masyarakat. Pengukuran ukuran perusahaan pada penelitian ini menggunakan total asset dengan rumus sebagai berikut (Asandimitra & Rahayu, 2014):

$$\text{Rumus Size} = \text{Log Natural Total Asset}$$

### **Profitabilitas (Profitability)**

Profitabilitas (Profitability) adalah suatu kemampuan suatu perusahaan dalam memperoleh laba (keuntungan) dalam periode waktu tertentu (Rifqiyah, 2016). Pengukuran profitabilitas pada penelitian ini menggunakan ROA sebagai proksi dari Profitabilitas. Dikarenakan ROA dapat mengukur kemampuan perusahaan secara keseluruhan dalam menghasilkan laba dengan jumlah seluruh aktiva yang dimiliki dalam perusahaan dalam satu periode. ROA sering digunakan investor untuk menilai hasil kerja manajemen secara keseluruhan.

$$\text{Rumus ROA} = \text{Laba Bersih} / \text{Total Asset}$$

### **Leverage**

Leverage adalah alat yang digunakan untuk mengukur besarnya perusahaan tergantung dengan kreditur dalam memberikan biaya atas asset perusahaan (Anita dkk., 2015). Pengukuran leverage pada penelitian ini menggunakan Debt to Total Assets merupakan yang mengukur besarnya total aktiva yang dibiayai oleh kreditur perusahaan. Sehingga semakin tinggi maka semakin banyak uang kriditor yang digunakan perusahaan untuk menghasilkan laba. Demikian menyebabkan beban utang perusahaan semakin besar. Akan tetapi aktiva yang dihasilkan dari hasil kreditur atau utang akan memberikan penghasilan yang lebih besar dari pada utangnya yang menyebabkan Leverage mampu menambah laba perusahaan. Rumus dari Total Debt to Total Assets (DTA)

$$\text{Rumus DAR} = \text{Total Liabilitas} / \text{Total Asset}$$

### **Corporate Social Responsibility (CSR)**

Secara konseptual, pengungkapan Corporate Social Responsibility merupakan bagian integral dari pelaporan keuangan. Secara teknis, pengungkapan Corporate Social Responsibility merupakan langkah akhir proses akuntansi berupa penyajian dalam bentuk seperangkat penuh statemen keuangan (Soewardjono, 2005). Harsanti (2011) menyatakan bahwa pengungkapan

Corporate Social Responsibility sebagai pengadaan informasi keuangan dan non-keuangan yang berhubungan dengan interaksi organisasi dan lingkungan sosial yang dinyatakan dalam laporan tahunan perusahaan atau laporan sosial lainnya yang terpisah. Pada penelitian ini pengungkapan CSR diukur menggunakan GRI Standard yang memuat dimensi ekonomi (9 item), dimensi lingkungan (34 item), dimensi sosial/ketenagakerjaan (16 item), dimensi hak asasi manusia (12 item), dimensi masyarakat (11 item), dan dimensi tanggung jawab atas produk (9 item). Sehingga terdapat 6 aspek dengan total 91 item penilaian pengungkapan.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan data kuantitatif, populasi penelitian ini berupa perusahaan sektor manufaktur sub-sektor makanan & minuman yang terdaftar di bursa efek Indonesia selama periode 2019-2023 dengan jumlah 26 perusahaan, dengan menggunakan teknik purposive sampling sebagai pengambilan sampel sebagai sampel. Populasi dan sampel penelitian ini adalah perusahaan sektor manufaktur sub-sektor makanan & minuman yang terdaftar di bursa efek Indonesia periode 2019-2023.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Analisis Statistik Deskriptif**

Statistik deskriptif dimana mendeskripsikan sebuah variabel yang ada pada penelitian ini, sehingga pembaca dapat gambaran mencakup mean (rata - rata), standar deviasi, nilai maksimum, nilai minimum. Dimana uji ini dilakukan terhadap Leverage Keuangan, Pertumbuhan Perusahaan, Nilai Perusahaan, Kebijakan Dividen

Hasil analisis statistik deskriptif menunjukkan nilai maximum dari profitabilitas (ROA) sebesar 0,19. ROA memiliki nilai rata-rata (mean) yang dimiliki oleh 14 perusahaan sebesar 0,1058, hal ini menunjukkan bahwa perusahaan mampu menghasilkan keuntungan sebesar 11%, Dapat dikatakan bahwa nilai standar deviasi untuk Return on Assets (ROA) adalah 0,04304. Ini menunjukkan seberapa jauh nilai ROA masing-masing perusahaan dari rata-rata atau mean. Hal ini menunjukkan standar deviasi yang cukup rendah mengindikasikan bahwa tingkat profitabilitas (ROA) antar perusahaan memiliki variasi yang tidak terlalu besar dari rata-rata 0,1058 (atau sekitar 11%).

### **Uji Asumsi Klasik**

#### **Uji Normalitas**

Nilai Most Extreme Differences memberikan gambaran seberapa jauh data residu menyimpang dari distribusi normal teoritis, nilai absolut perbedaan maksimum antara distribusi kumulatif residu dan distribusi. Uji K-S dilakukan pada sampel yang berjumlah 70. Jumlah sampel ini biasanya cukup untuk memberikan hasil yang baik dalam uji normalitas, Mean dari residual yang tidak terstandarisasi adalah 0, yang menandakan bahwa rata-rata residual berada di sekitar titik nol, sesuai dengan asumsi regresi. Standar deviasi residual sebesar 1.321 menunjukkan variasi atau penyebaran dari residual tersebut. Nilai absolut dari perbedaan maksimum antara distribusi data dan distribusi normal adalah 0.088. Ini adalah ukuran utama dalam uji K-S.

#### **Uji Multikolonieritas**

Berdasarkan hasil uji multikolonieritas, dapat disimpulkan bahwa pada semua variabel independen (ROA, DAR, CSR, SIZE) memiliki nilai Tolerance yang berada jauh di atas 0.1 dan nilai VIF yang jauh di bawah 10. Ini menunjukkan bahwa tidak ada multikolinieritas yang signifikan antara variabel independen dalam model regresi ini. Dengan ini dapat menyimpulkan bahwa variabel independen dalam model ini tidak memiliki korelasi tinggi yang akan memengaruhi stabilitas atau akurasi estimasi koefisien. Model ini dapat diinterpretasikan tanpa khawatir terhadap efek distorsi dari multikolinieritas.

### **Uji Heterokedastisitas**

Hasil uji heteroskedastisitas menggunakan grafik scatterplot. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat masalah heteroskedastisitas pada model regresi yang digunakan, sehingga asumsi homoskedastisitas terpenuhi.

### **Uji Autokorelasi**

Dapat dilihat pada tabel diatas Hasil Uji Autokorelasi menggunakan uji Run- Test, menunjukkan bahwa nilai Asymp.Sig (2-tailed) yaitu sebesar 0,548 atau dapat dikatakan nilai uji Run-Test > 0,05. Maksudnya nilai tersebut mencerminkan nilai signifikansi terhadap autokorelasi, sehingga mengindikasikan data yang digunakan dengan baik dan terbebas dari masalah autokorelasi.

### **Analisis Jalur (Path Analysis)**

Untuk menguji pengaruh variabel intervening digunakan metode analisis jalur (path analysis). Analisis jalur merupakan perluasan dari analisis regresi linear berganda atau analisis jalur adalah penggunaan analisis regresi untuk menaksir hubungan kausalitas antar variabel (model casual) yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan teori.

### **Pengaruh Profitabilitas (ROA), Leverage (DAR), CSR (CSR) terhadap Ukuran Perusahaan (SIZE)**

Konstanta sebesar 28,79 dapat diartikan SIZE pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) sebesar 28,79 dengan asumsi variabel profitabilitas (ROA), leverage (DAR), dan CSR tidak mengalami perubahan (konstan). Hasil regresi ini menunjukkan ROA mempunyai koefisien regresi sebesar -5,174. Hal ini dapat diartikan bahwa setiap adanya peningkatan ROA sebesar satu satuan maka SIZE akan menurun sebesar - 5,174. Kondisi ini diasumsikan bahwa variabel DAR dan CSR tetap.

Koefisien beta DAR sebesar 2,287 yang berarti apabila DAR meningkat sebesar satu satuan maka SIZE meningkat sebesar 2,287. Kondisi ini diasumsikan bahwa variabel ROA dan CSR tetap. Koefisien beta CSR sebesar -1,678 yang berarti apabila CSR meningkat sebesar satu satuan maka SIZE menurun sebesar 1,678. Kondisi ini diasumsikan bahwa variabel ROA dan DAR tetap. Nilai  $e1$  sebesar 0,913 atau 91,30%. Hal ini berarti bahwa SIZE dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diuji dan dijelaskan dalam penelitian ini sebesar 91,30%.

### **Pengaruh Profitabilitas (ROA), Leverage (DAR), CSR (CSR), dan Ukuran Perusahaan (SIZE) terhadap Nilai Perusahaan (PBV)**

Konstanta sebesar -11,653 dapat diartikan PBV pada Perusahaan manufaktur subsector makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) sebesar -11,653 dengan asumsi variabel profitabilitas (ROA), leverage (DAR), CSR, Ukuran Perusahaan (SIZE) tidak mengalami perubahan (konstan). Hasil regresi ini menunjukkan ROA mempunyai koefisien regresi sebesar 15,828. Hal ini dapat diartikan bahwa setiap adanya peningkatan ROA sebesar satu satuan maka PBV akan meningkat sebesar 15,828. Kondisi ini diasumsikan bahwa variabel

DAR, CSR, dan SIZE tetap. Koefisien beta DAR sebesar 7,092 yang berarti apabila DAR meningkat sebesar satu satuan maka PBV meningkat sebesar 7,092. Kondisi ini diasumsikan bahwa variabel ROA, CSR dan SIZE tetap. Koefisien beta CSR sebesar 3,302 yang berarti apabila CSR meningkat sebesar satu satuan maka PBV meningkat sebesar 3,302. Kondisi ini diasumsikan bahwa variabel ROA, DAR, dan SIZE tetap. Koefisien beta SIZE sebesar 0,358 yang berarti apabila SIZE meningkat sebesar satu satuan maka PBV meningkat sebesar 0,358. Kondisi ini diasumsikan bahwa variabel ROA, DAR, dan CSR tetap Nilai e1 sebesar 0,736 atau 73,60%. Hal ini berarti bahwa PBV dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diuji dan dijelaskan dalam penelitian ini sebesar 73,60%..

### **Uji Parsial (Uji t)**

Uji parsial atau Uji t digunakan untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebasnya secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikatnya. Pada hasil uji statistik t jika nilai probability  $t < 0,05$  maka  $H_0$  diterima, sedangkan jika nilai probability  $t > 0,05$  maka  $H_0$  ditolak. Adapun hasil uji t pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Hasil uji parsial atau hasil uji t Uji ini dilakukan pada tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) = 0.05 untuk menguji pengaruh variabel ROA, DAR, dan CSR terhadap variabel SIZE. Jika nilai Sig. (p-value)  $< 0.05$ , maka  $H_0$  ditolak, artinya variabel independen tersebut berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

### **Pengaruh Profitabilitas (ROA) terhadap Ukuran Perusahaan**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas (ROA) memiliki koefisien sebesar -0,216, nilai t sebesar -1,229, dan p-value sebesar 0,227. Hal ini berarti bahwa profitabilitas yang diukur melalui ROA tidak berpengaruh terhadap ukuran perusahaan yang diukur melalui SIZE. Artinya, meskipun profitabilitas perusahaan meningkat, skala ukuran perusahaan tidak meningkat. Hal ini dapat terjadi ketika perusahaan memilih untuk lebih menggunakan keuntungan yang diperoleh untuk membayar kewajibannya kepada para stake holder.

### **Pengaruh Leverage (DAR) Terhadap Ukuran Perusahaan**

Leverage yang diukur dengan Debt to Asset Ratio (DAR) menunjukkan koefisien 0,300, nilai t sebesar 1,794, dan p-value sebesar 0,082  $> 0.05$ . Hal ini berarti bahwa DAR tidak berpengaruh terhadap ukuran perusahaan atau SIZE. Artinya, meskipun rasio hutang perusahaan mengalami perubahan baik menurun maupun meningkat, ukuran perusahaan tidak ikut mengalami perubahan. Hal ini bisa terjadi dikarenakan penambahan utang tidak digunakan oleh perusahaan untuk menambah total aset namun digunakan untuk memenuhi kewajiban-kewajiban yang lain dan bertanggung jawab pada stakeholder.

### **Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Ukuran Perusahaan**

Analisis menunjukkan bahwa CSR memiliki koefisien sebesar -0,287, nilai t sebesar -1,662, dan p-value sebesar 0,106. Hal ini berarti bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap ukuran perusahaan (SIZE). Hal ini berarti bahwa peningkatan pelaksanaan CSR, tidak memengaruhi minat masyarakat maupun investor terhadap perusahaan. Sehingga, keuntungan perusahaan maupun modal perusahaan juga tidak meningkat dan pada akhirnya total aset perusahaan juga tidak meningkat.

### **Pengaruh Profitabilitas (ROA) terhadap Nilai Perusahaan**

Profitabilitas memiliki pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, dengan koefisien 0,380, nilai t sebesar 2,582, dan p-value 0,014. Hasil ini mendukung hipotesis H4, di mana perusahaan dengan profitabilitas tinggi cenderung memiliki nilai lebih tinggi. Penelitian yang dilakukan oleh Utama dan Lisa (2018) memperoleh hasil bahwa profitabilitas berpengaruh

positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan profitabilitas merupakan salah satu faktor yang mampu mempengaruhi nilai perusahaan, karena Perusahaan yang memiliki keadaan keuangan yang kuat akan melaksanakan kinerja keuangan dengan baik, hal ini akan mendukung terciptanya peningkatan nilai perusahaan.

### **Pengaruh Leverage (DAR) terhadap Nilai Perusahaan**

Leverage memiliki pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, dengan koefisien 0,534, nilai t sebesar 3,732, dan p-value 0,001, yang mendukung hipotesis H5. Artinya, perusahaan yang menggunakan leverage (utang) secara optimal dapat meningkatkan nilai perusahaan. Ini terjadi karena leverage yang terkendali memungkinkan perusahaan memperoleh dana tambahan tanpa harus menggunakan seluruh modal sendiri. Dengan memanfaatkan utang, perusahaan dapat memperluas asetnya dan meningkatkan operasi bisnis, yang berpotensi menghasilkan laba lebih tinggi dan memperbesar imbal hasil bagi pemegang saham.

### **Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Nilai Perusahaan**

Hasil pengujian hipotesis pada variabel CSR memperlihatkan Interpretasi Nilai t sebesar 2.207 dengan p-value  $0.034 < 0.05$  menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak. Dengan demikian, CSR berpengaruh positif signifikan terhadap PBV. Koefisien positif sebesar 3.302 menunjukkan bahwa perusahaan yang memiliki tingkat CSR lebih tinggi cenderung memiliki nilai PBV yang lebih tinggi. Hal ini dapat disebabkan oleh pandangan positif investor terhadap perusahaan yang melaksanakan tanggung jawab sosial, yang berdampak pada peningkatan persepsi nilai perusahaan di pasar.

### **Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan**

Hasil uji menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, dengan koefisien sebesar 0,206, nilai t sebesar 1,466, dan p-value sebesar 0,152, Hal Ini berarti hipotesis H7 tidak didukung atau ditolak. Ukuran perusahaan yang diduga mempengaruhi investor dalam pengambilan keputusan untuk menanamkan modalnya pada perusahaan ternyata melalui hasil penelitian tidak terbukti. Hal ini bisa terjadi karena investor tidak mempertimbangkan total aset yang dimiliki oleh perusahaan, tetapi lebih memperhatikan faktor-faktor lain seperti keuntungan dan tingkat hutang.

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi, dapat diketahui bahwa nilai Adjusted R Square sebesar 0,092 atau 9,2%. Dengan demikian, besarnya pengaruh yang diberikan oleh variabel SIZE, CSR, DAR, dan ROA terhadap SIZE adalah sebesar 9,2%. Hal ini menunjukkan pengaruh yang moderat antara variabel independen terhadap variabel dependen dalam penelitian ini. Sedangkan sisanya, yaitu 80,1%,

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi pada tabel, dapat diketahui bahwa nilai Adjusted R Square sebesar 39,2% ( $0,392 \times 100\%$ ). Dengan demikian, besarnya pengaruh yang diberikan oleh variabel SIZE, CSR, DAR, dan ROA terhadap PBV adalah sebesar 39,2%. Hal ini menunjukkan pengaruh yang moderat antara variabel independen terhadap variabel dependen dalam penelitian ini. Sedangkan sisanya, yaitu 60,8% ( $100\% - 39,2\%$ ), dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar variabel yang diteliti dalam penelitian ini.

### **UJI SOBEL**

Sobel Test digunakan untuk menguji apakah suatu variabel intervening berfungsi sebagai mediator dalam hubungan antara variabel independen dan variabel dependen dalam sebuah model, didapatkan hasil sebagai berikut:

### **Pengaruh Profitabilitas (ROA) terhadap Nilai Perusahaan (PBV) melalui Ukuran Perusahaan (SIZE)**

Berdasarkan hasil uji sobel, diperoleh nilai sobel test statistic sebesar  $-0,94226 < 1,96$  dengan nilai p-value sebesar  $0,346 > 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh profitabilitas (ROA) terhadap nilai perusahaan (PBV) melalui ukuran perusahaan (Size). Dengan kata lain bahwa ukuran perusahaan (Size) tidak mampu memediasi pengaruh profitabilitas (ROA) terhadap nilai perusahaan (PBV).

Berdasarkan hasil uji sobel, diperoleh nilai sobel test statistic sebesar  $1,1356 < 1,96$  dengan nilai p-value sebesar  $0,256 > 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh leverage (DAR) terhadap nilai perusahaan (PBV) melalui ukuran perusahaan (Size). Dengan kata lain bahwa ukuran perusahaan (Size) tidak mampu memediasi pengaruh leverage (DAR) terhadap nilai perusahaan (PBV).

Berdasarkan hasil uji sobel, diperoleh nilai sobel test statistic sebesar  $-1,0997 < 1,96$  dengan nilai p-value sebesar  $0,271 > 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan (PBV) melalui ukuran perusahaan (Size). Dengan kata lain bahwa ukuran perusahaan (Size) tidak mampu memediasi pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan (PBV).

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian tentang Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Corporate Social Responsibility (CSR), Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Mediating Pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Makanan Dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019 – 2023. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

#### **Profitabilitas terhadap Ukuran Perusahaan**

Profitabilitas yang diukur dengan Return On Assets (ROA), tidak memiliki pengaruh terhadap Ukuran Perusahaan (SIZE). Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas (ROA) memiliki koefisien sebesar  $-0,216$ , nilai t sebesar  $-1,229$ , dan p-value sebesar  $0,227$ . Hal ini berarti bahwa profitabilitas yang diukur melalui ROA tidak berpengaruh terhadap ukuran perusahaan yang diukur melalui SIZE.

#### **Leverage terhadap Ukuran Perusahaan**

Leverage yang diukur dengan Debt To Asset Ratio (DAR) tidak memiliki pengaruh terhadap Ukuran Perusahaan (SIZE). Hasil penelitian ini menunjukkan leverage (DAR) memiliki koefisien sebesar  $0,300$ , nilai t sebesar  $1,794$ , dan p-value sebesar  $0,082 > 0,05$ . Hal ini berarti bahwa DAR tidak berpengaruh terhadap ukuran perusahaan atau SIZE.

#### **Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Ukuran Perusahaan**

Corporate Social Responsibility (CSR) tidak berpengaruh terhadap Ukuran Perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan CSR memiliki koefisien sebesar  $-0,287$ , nilai t sebesar  $-1,662$ , dan p-value sebesar  $0,106$ . Hal ini berarti bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap ukuran perusahaan (SIZE).

#### **Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan**

Profitabilitas, diukur dengan Return On Assets (ROA), memiliki pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, yang diukur dengan Price to Book Value (PBV). Dengan koefisien regresi  $0,380$ , nilai t sebesar  $2,582$ , dan p-value  $0,014$ , Hal ini berarti bahwa profitabilitas yang diukur melalui ROA berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan yang diukur melalui PBV.

#### **Leverage terhadap Nilai Perusahaan**

Leverage, diukur melalui Debt to Asset Ratio (DAR), juga menunjukkan pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, dengan koefisien regresi 0,534, nilai t sebesar 3,732, dan p-value 0,001. Hal ini berarti bahwa leverage yang diukur melalui DAR berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan yang diukur melalui PBV

### **Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Nilai Perusahaan**

CSR memiliki pengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan, dengan koefisien 3,302, nilai t sebesar 2,207, dan p-value 0,034. Hal ini berarti bahwa Corporate Social Responsibility yang diukur melalui CSR berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan yang diukur melalui PBV

### **Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan diatas, maka diperoleh beberapa saran sebagai berikut :

#### 1. Bagi Perusahaan

Perusahaan disarankan untuk terus meningkatkan profitabilitas melalui pengelolaan operasional dan strategi pemasaran yang efisien. Meningkatkan kualitas produk dan inovasi dalam distribusi dapat menjadi kunci mempertahankan profitabilitas yang tinggi untuk meningkatkan daya tarik perusahaan di pasar modal.

#### 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian selanjutnya dapat dilakukan pada sektor lain, seperti teknologi atau jasa, untuk mengetahui apakah hasil yang ditemukan dalam subsektor makanan dan minuman juga berlaku di bidang lain. Tambahkan variabel mediasi atau moderasi baru, seperti inovasi produk, reputasi perusahaan, atau kepuasan pelanggan, untuk melihat hubungan yang lebih kompleks antar faktor.

### **RUJUKAN PUSTAKA**

- Achmad, Fauzi. 2016. "Analisis Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Perusahaan yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia dalam Indeks LQ45 Periode 2009-2014)". Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.Jakarta.
- Anggraini, C., & Agustiningih, W. (2022). Pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan. *JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 6(2), 1842– 1859.
- Anita, Fitri. 2015. Pengaruh Corporate Social Responsibility, Leverage, Likuiditas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak (Studi Empiris pada Perusahaan Real Estate dan Property yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2013. Fakultas Ekonomi. Universitas Riau : Pekanbaru.
- Arikunto, S (2010), Penelitian Tindakan Kelas, Jakarta: CV Bumi Aksara. Arjanggie, Aulia Rizki, dan Zulaikha. "Pengaruh Profitabilitas Dan Umur
- Batin, B. N., & Ismanto, D. (2020). Pengaruh Current Ratio, Return on Equity Dan Debt To Asset Ratio Terhadap Price Book Value Perusahaan Advertising, Printing Dan Media Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2017. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 9(2), 131. <https://doi.org/10.12928/fokus.v9i2.1555>.
- Brigham, E. F. dan J.F. Houston. 2019. Dasar-dasar Manajemen Keuangan. Edisi Empat Belas. Buku Dua. Salemba Empat. Jakarta.
- Dewi, D., & Sudiarta, G. (2017). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan Pertumbuhan Aset Terhadap Struktur Modal Dan Nilai Perusahaan. *E- Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 6(4), 242635.

- Effendi, Muh. Arief. 2009. *The Power Of Corporate Governance: Teori dan Implementasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Erawati, Teguh & Cahyaningrum, Devi. (2021). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kepemilikan Manajerial Sebagai Variabel Pemoderasi (Studi Kasus Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015- 2019). *JAFTA*, 2(2).
- Ernawati, T. 2016. Pengaruh Ukuran Pemerintah Daerah, Jumlah SKPD, Umur pemerintah daerah dan temuan audit terhadap Tingkat pengungkapan laporan keuangan pemerintah daerah (LKPD). Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Fahmi, Irham. 2013. *Analisis Laporan Keuangan*. Bandung: Alfabeta.
- Febriani, Annisa, 2016. Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan pada Sub Sektor Otomotif dan Komponen yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
- Fitria, D., & Irkhami, N. (2021). Ukuran Perusahaan Sebagai Pemoderasi Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, Dan Islamic Social Reporting Terhadap Nilai Perusahaan Pada Bank Umum Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(03), 1629–1643.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Halim Fajar, & Latief Azhar. (2022). Pengaruh Return On Asset dan Curent Ratio. *BorneoStudent Research*, 3(3), 3162–3171.
- Harahap, S. S. (2011). *Analisis Kritis atas Laporan Keuangan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Harsanti, P. (. (2011). *Corporate Social Responbility dan Teori Legitimasi*. Mawwas.
- Hartono, J. 2008. *Teori Portofolio dan Analisis Investasi Edisi Kelima*. BPFE. Hasibuan, 2013. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta : PT Bumi Aksara
- Heri. 2013. *Akuntansi Dan Rahasia Dibaliknya Untuk Para Manajer Non Akuntansi*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Hery. 2017. *Kajian Riset Akuntansi*. Cetakan Pertama. PT Grasindo. Jakarta.
- Hidayah, J., & Asrin. (2021). Analisis Pengaruh Return on Asset (Roa), Net Profit Margin (Npm) Dan Firm Size Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Dewan Komisaris Independen Sebagai Variabel Moderating. 4(2), 6.
- Indrarini, Silvia. 2019. *Nilai Perusahaan Melalui Kualitas Laba (Good Governance dan Kebijakan Perusahaan*. Surabaya: Scopindo.
- Kasmir, 2021. *Analisis Laporan Keuangan*. Edisi Revisi Jakarta : PT Raja grafindo Persada.
- Kusumaningrum, D. P., & Iswara, U. S. (2022). PENGARUH PROFITABILITAS, LEVERAGE, DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Studi Kasus Pada Perusahaan Food And Beverage Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan (JIAKu)*, 1(3), 295–312. <https://doi.org/10.24034/jiaku.v1i3.5509>.
- Korniasari, S., & Adi, S. W. (2021). Pengaruh Pertumbuhan Perusahan, Ukuran Perusahan, Leverage, dan Kepemilikan Saham Publik Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR). *Prosiding Seminar Nasional & Call for Paper STIE AAS*, September, 189–200.
- Made, N., Dewi, L., & Suputra, I. D. G. D. (2019). Pengaruh Profitabilitas Dan Leverage Pada Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Pemoderasi. *E-Jurnal Akuntansi Vol.28, No. 1*, Hal 26-54.

- Maryam, Siti. (2014). Analisis pengaruh firm size, growth, leverage, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan (studi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek Indonesia). Skripsi. Padang Universitas Hasanudin.
- Melania, S., & Tjahjono, A. (2022). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan Dan Board Size Terhadap Kinerja Keuangan. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 2(1), 199–219. <https://doi.org/10.32477/Jrabi.V2i1.433>.
- Meze, M. F., & Tohari, A. (2020, September). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Pemoderasi Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2018. In *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi, Akuntansi* (Vol. 5, No. 1, pp. 330-338).
- Mukaromah, D. U., & Suwarti, T. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas Dan Struktur Aset Terhadap Struktur Modal Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi Universitas Pendidikan Ganesha*, 13, 2614–1930.
- Nila, L., & Suryanawa, I. K. (2018). Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Sebagai Pemoderasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia.
- Nisa, Ita Khoerun. 2017. Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Sebagai Variabel Moderating. Semarang: Universitas Negeri Semarang.
- Novari, P. M., & Lestari, Dan P. V. (2016). Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sektor Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali , Indonesia Pendahuluan Mempertahankan Kontinuitas Perusahaan Adalah Elemen Penting Yang Harus Dipertahankan Oleh Perusahaan , Terutama Men. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(9), 5671–5694.
- Nurdiana, D. (2020). Pengaruh Profitabilitas Dan Kebijakan Deviden Terhadap Return Saham. *Jurnal Rekaman*, 4(1), 84.
- Nurmansyah, A., 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)*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nasional Karangturi, 3(1), Juni 2023.
- Oktaviarni, F. 2019. Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Leverage, Kebijakan Dividen, dan Ukuran Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi*. 9(1):1-16.
- Parwati, R. R. A. D., & Sudiarta, G. M. (2016). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Likuiditas Dan Penilaian Pasar Terhadap Return Saham Pada Perusahaan Manufaktur. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 5(1), 385–413. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/16000>.
- Pingkan, A. H., & Pertiwi, T. K. (2022). The Effect of Profitability on Firm Value with Firm Size as a Moderating Variable in the Company Property and Real Estate 2018-2021. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(6), 3534–3540. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>.
- Pioh Hizkia T., Parengkuan Tommy, J. L. S. (2018). Pengaruh Debt to Equity Ratio, Prasetyorini, B. F. 2013. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Price Earning Ratio dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Manajemen*. 1(1). 183-196.
- Purwanto, A. 2011. Pengaruh Tipe Industri, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas Terhadap Corporate Social Responsibility. *Jurnal Akuntansi dan Auditing* 8(1) : 12-29.

- Puspitasari, E., & Ermayanti, D. (2019). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Good Corporate Governance Sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris Perusahaan Perbankan BUMN Go Public yang Terdaftar di BEI Periode Tahun 2011-2018). *SEMINAR NASIONAL EKONOMI DAN BISNIS*, (1), 40.
- Rejeki, H. T., & Haryono, S. (2021). Pengaruh Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Di Indonesia. *Invoice : Jurnal Ilmu Akuntansi*, 3(1), 1–9. <https://doi.org/10.26618/Inv.V3i1.4969>
- Rifqiyah, Rina Fatkhiyatur. 2016. “Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Kepemilikan Saham Publik Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)” Artikel Ilmiah.
- Sari, D. P., Sari, D. P. &, & Wardhani, W. (2024). Pengaruh Konflik Dan Pemutusan Hubungan Kerja Terhadap Semangat Kerja Karyawan Di PT. ISS Indonesia Cabang Medan. *Jurnal Ilman: Jurnal Ilmu Manajemen*, 12(1), 90–98.
- Sartono, A. 2010. *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi*. Edisi ke 4. Yogyakarta: BPFE.
- Setiadewi, K. A. Y., & Purbawangsa, I. B. A. (2015). *Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Leverage Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana , Bali*
- Sihombing, M. A., Hutagalung, D. N., Siska, N., & Sakuntala, D. (2020). Pengaruh Intellectual Capital, Earning per share, dan Leverage terhadap Nilai Perusahaan Food and Beverage di Bursa Efek Indonesia. *Owner : Riset Dan Jurnal Akuntansi*, 4(2), 257-272.
- Sofiani, L., & Siregar, E. M. (2022). Analisis Pengaruh ROA, CR dan DAR Terhadap Nilai Perusahaan Sektor Makanan dan Minuman. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 10(1), 9–16. <https://doi.org/10.37641/jiakes.v10i1.1183>
- Sugiyono. 2015. *Statistik Nonparametris untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sutama, D. R. dan E. Lisa. 2018. Pengaruh Leverage dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Food and Beverage yang terdaftar di BEI). *Jurnal Sains Manajemen & Akuntansi*. 10(1).
- Sutrisno, 2012. *Manajemen Keuangan Teori, Konsep Dan Aplikasi*. Yogyakarta: Ekonosiasi.
- Taniman, A., & Jonnardi. (2020). Pengaruh Leverage, Likuiditas, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Multiparadigma Akuntansi Tarumanagara*, 2, 1372–1379.
- Wahyuni, S. F. (2018). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating (Vol. 1, Issue 1, Pp. 109–117).
- Wijaya, Anthony dan Linawati, Nanik. 2015. Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan. *FINESTA*, Vol. 3. pp: 46-51.
- Wulandari, N. M. I., & Wiksuana, I. G. B. (2017). Peranan Corporate Social Responsibility dalam Memoderasi Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Manajemen*, 6(3), 1278-1311.
- Yustisia Puspaningrum. (2012). Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan Di Bursa Efek Indonesia).1,1–14.