

FAKTOR- FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NILAI PERUSAHAAN DENGAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY SEBAGAI VARIABEL MODERATING

Lionika Dewi Puspita Karina

lionika22@gmail.com

David Evendi

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

ABSTRACT

Firm value can be illustrated ad the company condition. However, Sometimes it does not reflect on how the company value is. This happens when the manajement is not shareholder. As the shareholders ask someone to take incharge of the management, the owners wi expect the firm value can be increased under its management.As consequence, the shareholders wi be prosperous in number. This research aimed to find out the effect of frim size, leverage, profitability, and dividend policy on the firm value with Corporate Social Responsibility as themoderated variable in manufacturing companies which were taken from Indonesia Stock Exchange. Moreover, the data collection technique used purposive sampling. In line with, there were 48 samples. In addition, the data analysis technique used cassicia assumption test and MRA analysis with SPSS. The research results conclude leverage, profitability , dividend policy, and CSR had affected on the firm value. On the other hand, the firms size did not affect on the firm value. Mareover, from MRA analysis, it concluded CSR lowered the effect of Leverage ,profitability , dividend policyon the firm value. While, CSR would strengthen the effect of firm size on the firm value.

Keywords : *Firm size, leverage, profitability Dividen Policy, firm Value, Corporate Social Responsibility.*

ABSTRAK

Nilai perusahaan dapat menggambarkan keadaan perusahaan. Namun terkadang tidak berhasil untuk meningkatkan nilai perusahaan. Hal tersebut dapat di karenakan ketika pihak manajemen bukanlah pemegang saham. Ketika pemegang saham mempercayakan pengelolaan kepihak lain para pemilik mengharapkan pihak manajemen akan berjuang sekuat tenaga untuk meningkatkan nilai perusahaan, yang akhirnya akan meningkatkan kemakmuran pemegang saham. Penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage* ,Profitabilitas dan Kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan dengan *Corporate Sosial Responsibility* sebagai variabel moderating pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2014-2017. Penelitian ini mengambil data pada Bursa Efek Indonesia dengan metode pengumpulan data sekunder. Jumlah sampel yang di analisis sebanyak 48, dan menggunakan metode *Purposive Sampling*. Data yang telah *valid* dan *reliable*, memenuhi uji yaitu uji asumsi klasik dan teknik analisis MRA dengan menggunakan *software SPSS*. Hasil dari penelitian ini adalah leverage, profitabilitas, kebijakan dividen, dan CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan ukuran perusahaan tidak berpengaruh. Hasil dari analisis MRA menunjukkan bahwa CSR memperlemah pengaruh leverage, profitabilitas, kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan. Sedangkan CSR memperkuat pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

Kata kunci : Ukuran perusahaan , Leverage, Profitabilitas, Kebijakan Dividen , Nilai Perusahaan , *Corporate Sosial Responsibility*

PENDAHULUAN

Meningkatnya situasi persaingan yang telah di hadapi oleh perusahaan saat ini menurut seorang manajer yang mampu mengelola keuangan sebuah perusahaan dengan baik serta mampu memakmurkan pemegang saham. Tujuan utama perusahaan yang sudah *go public* adalah meningkatkan kemakmuran pemegang saham melaluumeningkatnyanilaiiperusahaan (Salvatore,2005). Nilai perusahaan yang baik dapat dicapai pula dengan tatakelolah perusahaan yang baik, ukuran yang digunakan untuk menilai seorang manajer dalam mengelola suatu perusahaan adalah mengan melihat nilai perusahaan dan manajer keuangan harus mampu menjalankan fungsinya dalam mengelola keuangan dengan baik, benar dan seefisien mungkin.Nilai Perusahaan sangat penting karena dengan nilai suatu

perusahaan yang tinggi akan di ikuti tingginya kemakmuran suatu pemegang saham dan dengan tingginya nilai perusahaan juga bisa menarik para investor untuk berinvestasi .

Semakin tinggi harga saham yang di peroleh suatu perusahaan semakin tinggi pula nilaisuatu perusahaan, nilai perusahaan yang tinggi pula menjadikan daya tarik tersendiri bagi pemilik perusahaan,karena tingginya nilai suatu perusahaan mencerminkan kemakmuran suatu perusahaan pemegang saham juga tinggi. Bagi perusahaan yang masih bersifat *private* atau belum *go public* nilai perusahaan di tetapkan oleh lembaga penilaian atau *appraisal company* (Suharli 2006). Bagi suatu perusahaan yang akan *go public*, nilai perusahaan dapat diindikasikan atau tersiratnya jumlah variabel yang melekat pada suatu perusahaan tersebut. Misalnya *asset* yang dimiliki suatu perusahaan atau keahlian menejemen mengelolah suatu perusahaan.

Nilai perusahaan dapat menggambarkan keadaan suatu perusahaan dengan baiknya nilai perusahaan yang baik maka suatu perusahaan dapat di pandang baik pula oleh para calon investor, nilai perusahaan yang tinggi pula menunjukkan kinerja perusahaan tersebut baik. Bagi para kreditur akan merasa yakin untuk memberikan pinjaman apabila suatu perusahaan memiliki nilai perusahaan yang baik (Septia 2015) .Investor akan menilai perusahaan dengan nilai yang rendah apabila perusahaan tersirat tidak baik. Faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah ukuran perusahaan , *Leverage* ,profitabilitas dan kebijakan dividen.

Ukuran perusahaan dimana perusahaan harus mementingkan ukuran perusahaan dimana semakin besar ukuran suatu perusahaan disitu pula perusahaan mampu mendapatkan pendanaan yang baik baik dari pihak internal dan pihak eksternal, dan ukuran perusahaan merupakan suatu indikator yang dapat menunjukkan suatu kondisi atau karakteristik suatu organisasi atau perusahaan dimana terdapat beberapa parameter yang dapat digunakan untuk menentukan ukuran (besar/kecilnya) suatu perusahaan (Rachmawati dan Hanung Ttriatmoko, 2007) .

Dalam sebuah penelitian *Leverage* mempunyai pengaruh penting terhadap suatu perusahaan seperti memakimalkan keuntungan yang di peroleh bagi pemegang saham , dan penting juga untuk pengambilan keputusan pendanaan dan berinvestasi pada perusahaan. Semakin rendah *Leverage* perusahaan maka semakin tinggi pula peringkat obigasi yang di berika perusahaan, dengan tingginya nilai *Leverage* perusahaan tersebt termasuk dalam *non-investmen grade* karena tanggungan beban bunga utang sehingga resiko yang di hadapi semakin besar.

Profitabilitas di dalam suatu perusahaan sangan penting dan berperan positif , *profitabilitas* andalah dimana suatu perusahaan dapat memeperoleh laba (munawir 2007:33) dimana jika perusahaan dapat memperoleh laba dengan baik , atau laba yang di hasilkan tinggi dengan aktiva yang tersedia di dalam perusahaan untuk mendapat keuntungan atau laba yang tinggi.

Hanafi (2004) Kebijakan Dividen adalah dividen adalah pembagian laba yang di terima para pemegang sahan yang di peroleh dari presentase kepemilikan yang berasal dari keuntungan yang di peroleh perusahaan dan dividen adalah hak dari pemegang saham akan di peroleh jika perusahaan menghasilkan cukup dibagikan apabila perusahaan sudah layak atau cukup untuk pembagian dividen.

Hasil penelitian menurut Analisa (2011) dan Nurhayati (2013) memperoleh ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikatn terhadap perusahaan , sedangkan menurut penelitian Meidiawati (2016) Menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Selain Ukuran perusahaan *Leverage* juga memberikan pengaruh positif terhadap nilai perusahaan , dan *Leverage* juga mampu meningkatkan nilai suatu perusahaan. Menurut penelitian Analisa (2011) *Leverage* berpengaruh negative terhadap nilai perusahaan

sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Sudana (2011) dan Yunita (2013) *Leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Analisa (2011) profitabilitas berpengaruh positif Terhadap nilai perusahaan sedangkan penelitian menurut Nurhayati (2013) profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Nilai perusahaan tergantung pada kebijakan dividen seperti hasil penelitian Analisa (2011) Kebijakan Dividen terhadap nilai perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan sedangkan Nurhayati (2013) Kebijakan dividen berpengaruh positif signifikan terhadap perusahaan, Penelitian yang dilakukan oleh Meidiawati (2016) Menyatakan bahwa kebijakan dividen tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah Ukuran perusahaan, *Leverage*, *Profitabilitas*, Kebijakan dividen berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dan apakah *Corporate Social Responsibility* memperkuat pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage*, *Profitabilitas*, Kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan rumusan masalah yang telah di uraikan di atas maka tujuan penelitian yang dapat di susun dalam penelitian ini adalah sebagai berikut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh ukuran perusahaan, *Leverage*, *Profitabilitas*, Kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan dan penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage*, *Profitabilitas*, Kebijakan divide, *Leverage*, *Profitabilitas*, Kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel moderasi.

TINJAUAN TEORITIS

Teori sinyal (*Teori Signaling*)

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

Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*)

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

Fitriany 2001 menyatakan bahwa legitimasi dapat diperoleh dari kesesuaian antara keberadaan perusahaan tidak mengganggu asistensi sistem nilai yang ada dalam suatu masyarakat dan lingkungan. Legitimasi memfokuskan pada interaksi antara perusahaan dan masyarakat, atau dimana suatu perusahaan memberikan suatu tindakan sosial terhadap lingkungan yang ada disekitar perusahaan. Oleh karena itu, kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan harus sejalan dengan nilai yang ada di masyarakat, apabila nilai yang dianut perusahaan berbeda dengan masyarakat maka legitimasi perusahaan berada dalam posisi terancam. Apabila suatu perusahaan tidak menerapkan tindakan sosial terhadap lingkungan sekitar maka suatu perusahaan akan dinilai tidak baik oleh masyarakat sekitar perusahaan.

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan adalah nilai actual perlembar saham akan diterima apabila *asset* yang dijual sesuai saham (Kusuma 2002). Suharli (2009) Suatu perusahaan yang baik dapat dilihat dari nilai perusahaan, nilai perusahaan yang baik dapat ditentukan dari kegiatan perusahaan dari waktu ke waktu agar mencapai nilai perusahaan yang maksimum, nilai perusahaan di tujukan dengan laporan keuangan perusahaan, nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap perusahaan yang sering di kaitkan dengan harga saham, harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan tinggi pula.

Ukuran perusahaan

Penelitian mengenai hubungan antara ukuran perusahaan dengan nilai perusahaan sudah dilakukan oleh Harapan (2008) Penelitian ini memberikan pengaruh *negatif* terhadap nilai perusahaan dan berperngaruh positif terhadap nilai perusahaan. Dalam hal ukuran perusahaan dilihat dari total *asset* yang dimiliki oleh perusahaan, total *asset* yang besar membuat pihak menejemen lebih leluasa dalam menggunakan *asset* yang ada di perusahaan tersebut. Jumlah *asset* yang besar akan menurunkan nilai perusahaan jika di nilai dari sisi menejemen.

Leverage

Salah satu *factor* penting dalam suatu pendanaan adalah hutang atau *leverage*, Solvabilitas (*leverage*) berfungsi untuk memberikan gambaran sejauh mana *asset* perusahaan di biayai oleh hutang dibandingkan di biayai dengan modal sendiri. Menurut kusumawati (2005) *Leverage* di gambarkan sebagai kemampuan perusahaan membayar hutang dengan menggunakan ekuitas yang dimiliki, dan *Leverage* dapat digunakan sebagai penaksir resiko yang melekat pada suatu perusahaan, bisa di artikan semakin besar resiko menunjukkan resiko investasi besar pula, perusahaan dengan rasio *Leverage* yang renda memiliki *Leverage* yang lebih kecil.

Profitabilitas

Menurut Barus dan Leliani (2013) *Profitabilitas* adalah kemampuan suatu perusahaan menghasilkan laba selama periode tertentu dengan menggunakan aktiva atau modal secara keseluruhan atau modal sendiri. Profitabilitas adalah kemampuan sejauh mana suatu perusahaan untuk memperoleh laba, dan kemampuan perusahaan menggunakan aktivitya secara produktif, dengan demikian profitabilitas dapat dilihat dari membandingkan antara laba yang di peroleh dalam jumlah periode dengan aktiva yang di miliki perusahaan. Ukuran profitabilitas ada beberapa macam seperti laba operasi, laba bersih, tingkat pengembalian investasi atau aktiva dan tingkat pengembalian ekuitas suatu perusahaan, suatu kegiatan rasio profitabilitas adalah tingkat keberhasilan perusahaan untuk mendapatkan suatu keuntungan. Tingkat pengukuran menggunakan profitabilitas biasanya sangat sering di gunakan oleh suatu perusahaan untuk mengukur kinerja perusahaan yang akan sekaligus mengukur kinerja menejemen untuk mengkur suatu perusahaan, dengan tingginya profitabilitas suatu perusahaan, suatu perusahaan di katakana dalam keadaan baik.

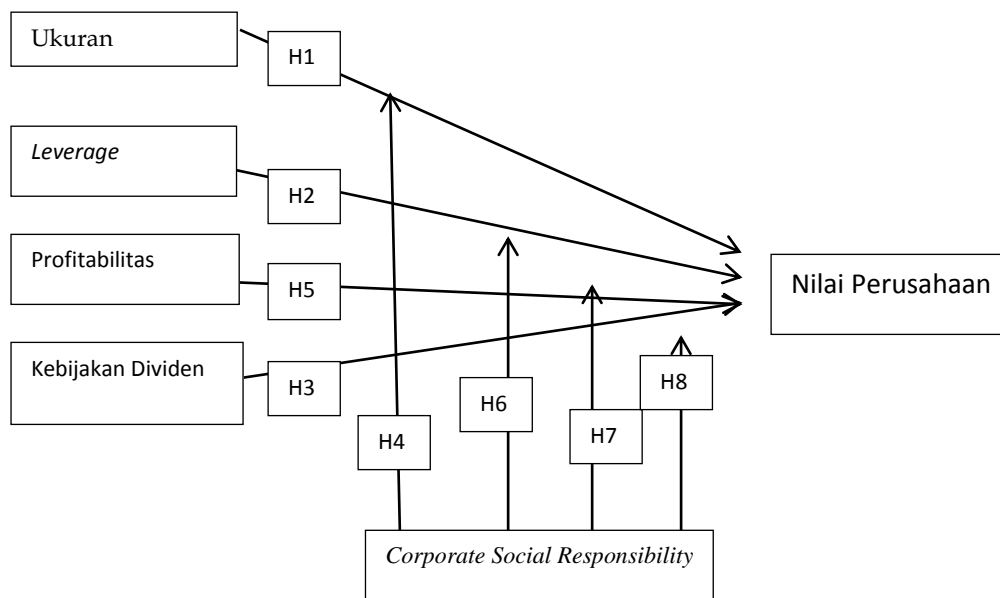
Kebijakan Dividen

Kebijakan dividen adalah pembagian laba perusahaan yang di terima para pemegang saham sesuai dengan presentase kepemilikannya yang berasal dari keuntungan hasil operasi suatu perusahaan selama satu periode, Kebijakan dividen tidak saja membagikan keuntungan yang dibagikan kepad para investor tetapi kebijakan dividen harus di ikuti dengan pertimbangan adanya kesempatan, adapula sebagian bagian yang akan di gunakan kembali untuk membiayai kegiatan pengembangan usaha suatu perusahaan bisa di sebut dengan laba di tahan (Bodie, *at all*, 1999). Apabila suatu perusahaan sudah memutuskan

untuk membagikan labanya maka semua pemilik saham akan mendapatkan hak yang sama sesuai presentase yang telah di sesuaikan kepemilikan saham nya, dengan suatu perusahaan bisa membagikan dividen nya dengan lancer atau dengan baik, suatu perusahaan bis di pandang baik pula oleh para calon investor yang akan berinvestasi terhadap perusahaan.

Rerangka Konseptual

Berdasarkan pemaparan di atas, maka terdapat kerangka pemikiran teoristis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :



Gambar 1
Rerangka Konseptual

Pengembangan Hipotesis

Hipotesis merupakan kupulan sementara yang belum final atau jawaban yang sifatnya sementara, atau jawaban sementara mengenai rumusan dari penelitian yang di kemukakan dan kebenaran yang harus di buktikan dengan cara menyelidiki secara ilmiah.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai perusahaan

Ukuran perusahaan dalam penelitian ini adalah cerminan besar kecil nya suatu perusahaan , dengan semakin besar nilai atau ukuran suatu perusahaan membuat suatu perusahaan memiliki daya tarik tersendiri terhadap investor , karena dimana suatu perusahaan yang memiliki ukuran yang besar disitu pula perusahaan bisa dikatakan baik atau stabil , di situ pula dapat memberikan dayatarik tersendiri terhadap investor (Prasetyorini, 2013). Hasil penelitian menurut Analisa (2011) memperoleh ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap perusahaan. Nurhayati (2013) mengatakan ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusaha..:

H1 : ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Leverage Terhadap Nilai Perusahaan

Leverage menunjukkan seberapa besar ekuitas yang tersedia untuk memberikan jaminan terhadap hutang hutang disini meliputi hutang jangka panjang dan jangka pendek, dan sebuah perusahaan dikatakan *solvabel* jika total hutang perusahaan lebih besar daripada total yang dimiliki perusahaan. Semakin besar Leverage menunjukkan besarnya risiko dalam pembayaran hutang perusahaan, sehingga akan semakin sempit dalam pengungkapan

laporan keuangan, dengan tingginya leverage terhadap suatu perusahaan menandakan suatu perusahaan berada di keadaan yang sedang tidak baik. Sebaliknya, semakin kecil *Leverage* menunjukkan rendahnya tingkat hutang perusahaan, maka akan semakin luas dalam pengungkapan laporan keuangan. Hasil penelitian menurut Analisa (2011)

H2 : *Leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan

Pengaruh Profitabilitas (ROE) Terhadap Nilai Perusahaan

Tingkat profitabilitas berjuang untuk mengukur efisiensi aktivitas perusahaan dan kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba dan ROE menentukan tingkat hasil pengembalian investasi bagi pemegang saham dan dimana *Profitabilitas* yang tinggi kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan yang tinggi bagi pemegang saham, dengan rasio profitabilitas yang tinggi bisa menjadikan daya tarik tersendiri bagi investor untuk menamakan modal di perusahaan, maka akan terjadi hubungan positif antara profitabilitas dengan harga saham dimana dengan tingginya harga saham akan mempengaruhi nilai perusahaan. Semakin Tingginya profitabilitas perusahaan juga akan meningkatkan laba per lembar saham (*earning per ser* atau ESP). Hasil penelitian yang dilakukan oleh Analisa (2011) profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan sedangkan penelitian menurut Nurahyati (2013) profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan:

H3 : Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan

Kebijakan dividen adalah keputusan apakah laba yang di peroleh perusahaan akan di bagikan kepada pemegang saham sebagai dividen ataukah di tahan menjadi laba di tahan guna nvestasi yang akan datang. Kebijakan dividen juga berdampak pada laba di tahan pada perusahaan yang merupakan sumber pendanaan internal perusahaan yang akan di gunakan untuk mengembangkan perusahaan dimasa yang akan datang. Hasil penelitian Yangs Analisa (2011) Kebijakan Dividen terhadap nilai perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

H4 : Kebijakan Dividen (DPR) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan CSR sebagai variabel moderasi.

Ukuran perusahaan adalah variabel yang banyak digunakan untuk menjelaskan pengungkapan sosial yang dilakukan perusahaan dalam laporan tahunan yang dibuat. Secara umum perusahaan besar akan mengungkapkan informasi lebih banyak daripada perusahaan kecil. Hal ini karena perusahaan besar akan menghadapi resiko politis yang lebih besar dibanding perusahaan kecil. Secara teori perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan politis, yaitu tekanan untuk melakukan pertanggungjawaban sosial.

Perusahaan yang berukuran lebih besar cenderung memiliki public demand akan informasi yang lebih tinggi dibanding perusahaan yang berukuran lebih kecil (Barus dan leliani, 2013).Berdasarkan kajian teoritis dan uraian tersebut, maka hipotesis yang dapat diajukan adalah sebagai berikut :

H5: *Corporate Social Responsibility* dapat memperkuat pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan

Pengaruh *Leverage* terhadap nilai perusahaan dengan CSR sebagai variabel moderasi

Leverage merupakan variabel yang mempunyai pengaruh penting terhadap nilai perusahaan suatu perusahaan seperti memaksimalkan keuntungan yang diperoleh bagi pemegang saham, dan penting juga untuk pengambilan keputusan pendanaan dan berinvestasi kepada perusahaan, semakin rendah *Leverage* pada perusahaan maka semakin

tinggi pula peningkatan obligasi yang di berikan perusahaan (ernawati, 2015). Dengan menggunakan kepedulian terhadap lingkungan sebagai variabel pembantu atau variabel moderating perusahaan bisa meningkatkan sumberdaya bagi perusahaan, suatu perusahaan dengan sumberdaya yang tinggi bisa menaikkan kinerja perusahaan, dengan tingginya kinerja suatu perusahaan juga bisa menarik para investor untuk berinvestasi disuatu perusahaan tersebut.

H6: *Corporate Social Responsibility* dapat memperkuat pengaruh *Leverage* terhadap nilai perusahaan

Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan CSR sebagai variabel moderasi.

Menurut putri (2014) pengungkapan CSR sangatlah penting bagi keberadaan perusahaan ,seperti dukungan masyarakat dan loyalitas pelanggan terhadap perusahaan tersebut. Tingkat loyalitas tinggi memacu suatu perusahaan untuk terus meningkatkan kinerjanya. Hal ini dikarenakan bahwa CSR di indonesia merupakan hal yang bukan lagi bersifat sukarela melainkan sudah diamanatkan dalam UU RI No.40 Tahun 2007 tentang perseroan terbatas. Seuai dengan penelitian yang sudah dilakukan oleh (Ramadhani 2012)menunjukkan bahwa pengungkapan CSR mampu memoderasi profitabilitas terhadap nilai perusahaan ,maka peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut.

H7: *Corporate Social Responsibility* dapat memperkuat pengaruh profitabiitas terhadap nilai perusahaan

Pengaruh kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan dengan CSR sebagai variabel moderasi.

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

Perusahaan yang positif akan meningkatkan nilai perusahaan menjadi lebih baik dan bisa menjanjikan dalam memberikan tingkat pengembalian atau bisa menjanjikan pembagian dividen secara stabil sehingga menarik perhatian para investor. Maka peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H8: *Corporate Social Responsibility* dapat memperkuat pengaruh kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian dan Gambaran dari Populasi (objek) penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian Kuantitatif , Jenis data yang di gunakan di sini adalah data sekunder yang di peroleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara atau data yang di peroleh dari sumber sumber yang berhubungan dengan peelitian. Untuk memperoleh data yang di perlukan teknik pengumpulan data disini penelitian menggunaka data dokumentasi dari perusahaan manufaktur yang di publikasikan oleh BEI 2014-2017. Dalam penelitian ini, peneliti juga menggunakan variabel *Moderating* , dimana variabel *Moderating* akan memperkuat atau memperlemah hubungan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen

Teknis Pengambilan Sempel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), dari tahun 2014-2017 sebanyak 151 perusahaan. Elemen ini di

kumpulkan menjadi satu sebagai pusat objek penelitian elemen yang di maksud disini adalah orang ,barang unit organisasi dan suatu perusahaan.

Sempel dalam penelitian ini di ambil dengan menggunakan metode *Purpos Sampling* adalah suatu teknik perusahaan menetapkan ciri ciri khusus untuk yang sesuai dengan tujuan penelitian sehingga suatu penelitian bisa menjawab permasalahan tersebut. Kriteria Perusahaan manufaktur sebagai berikut; (1)Perusahaan manufaktur yang mempublikasikan laporan keuangan lengkap secara berturut turut selama periode 2014 - 2017; (2) Perusahaan manufaktur yang memiliki laba secara berturut turut selama periode 2014-2017.(3) Perusahaan manufaktur yang menggunakan pengungkapan *corporate social responsibility* secara berturut turut selama2014-2017.(4) Perusahaan manufaktur yang membagikan dividen selama periode 2014-2017.

Teknis Pengumpulan Data

Jenis data yang di gunakan atau yang diperlukan adalah data sekunder, metode penelitian ini adalah dengan menggunakan metode kepustakaan dan studi observasi, Metode studi kepustakaan yaitu menghimpun informasi data dengan cara bantuan berbagai macam material atau fasilitas yang di perpustakaan seperti dokumen buku dang berhubungan dengan ruang lingkup penelitian yang ingin di pecahkan, sedangkan Studi Observasi adalah cara memperoleh data dengan menggunakan dokumen yang ada atau yang sudah ada atau yang telah di publikasikan oleh BEI dimana data yang di gunakan merupakan data *time-servis* (www.idx.co.id).

Variabel dan Devinisi Operasional Variabel

Ukuran Perusahaan

Dalam ini ukuran perusahaan dinilai dengan *log of total asset s*. *Log Of Total Asset s* di gunakan untuk mengurangi perbedaan signifikan antara ukuran perusahaan yang terlalu besar dengan suatu ukuran perusahaan yang terlalu kecil. Maka nilai total *asset* suatu perusahaan di bentuk menjadi logaritma natural. Dalam ini ukuran perusahaan dinilai dengan *log of total assets*. *Log Of Total Assets* di gunakan untuk mengurangi perbedaan signifikan antara ukuran perusahaan yang terlalu besar dengan suatu ukuran perusahaan yang terlalu kecil.

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \text{Log Of Total Asset s}$$

Leverage

Menurut Westondan Copeland (1992) *Leverage* digunakan untuk melihat sejauh mana perusahaan di biyai oleh hutang dibandingkan dengan modal sendiri, perusahaan juga menunjukkan kemampuan perusahaan untuk memenuhi segala kewajiban suatu perusahaan apabila perusahaan mengalami likuidasi pada suatu waktu. Westondan dan Copeland (1992) merumuskan :

$$\text{Leverage} = \frac{\text{Total hutang}}{\text{Total Aset}}$$

Profitabilitas (ROE)

Menurut Weston dan Copeland, (1992) Profitabilitas merupakan suatu kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba dalam suatu periode tertentu pada tingkat *asset* penjualan dan modal saham tertentu , Profitabilitas diukur menggunakan ROE (*Return on equity*) yang merupakan tingkat pengembalian atas equitas pemilik perusahaan , ROE di hitung dengan menggunakan rumus :

$$\text{Profitabilitas} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Modal sendiri}}$$

Kebijakan Deviden

Kebijakan dividen adalah dimana kemampuan suatu perusahaan akan membagikan laba keseluruhan pemegang saham dengan menggunakan nilai atau prosentase nya masing masing, biasanya laba atau pendapatan labanya tidak di bagikan ke pemegang saham untuk di jadikan laba di tahan yang di gunakan untuk satu tahun kedepan, kebijakan dividen bisa di sebut juga *Dividend Pay Out Ratio (DPR)* ini di gunakan untuk membayar dividen kepadapara pemegang saham setiap tahunnya, dan bisa di rumuskan dengan rumus sebagai berikut (Brigham dan Gapenski, 1996):

$$DPR = \frac{\text{Dividend per share}}{\text{Earning per share}}$$

Pengungkapan CSR

CSR adalah pengungkapan informasi yang berkaitan dengan tanggung jawab perusahaan di dalam laporan tahunan (Weston dan Copeland, 1992).

$$CSRDI = \frac{X_j}{N_j}$$

Keterangan:

- CSRDI = Corporate Social Responsibility disclosure index perusahaan
- Xj = Jumlah item yang diungkapkan oleh perusahaan j
- Nj = Jumlah item pengungkapan oleh perusahaan

Nilai Perusahaan

Rasio ini bisa menunjukkan seberapa jauh semua perusahaan mampu menciptakan nilai perusahaan yang relative terhadap jumlah modal yang di investasikan, diamana perusahaan semakin tinggi rasio nya semakin berhasil pula suatu perusahaan menciptakan nili bagi pemegang sahan , Utama dan Santosa, (1998) merumuskan PBV sebagai berikut :

$$PBV = \frac{\text{Harga saham per lembar saham}}{\text{Nilai buku per lembar saham}} \times 100\%$$

Analisis Data

Statistik Deskriptif

Menurut Ghozali (2006:110) Analisis deskriptif adalah untuk mengetahui gambaran umum dari semua variabel yang di gunakan dalam penelitian ini. Statistik deskriptif menunjukkan hasil dari pengukuran mean , nilai minimal dan nilai maksimal serta standart deviasi semua variabel tersebut.

Pengujian Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik

Model regresi yang baik yaitu yang memiliki data distribusi normal atau mendekati normal dan juga harus bebas dari asumsi klasik (multikolinearitas, heterokedaritas, dan auto kolerasi), dan penggunaan uji asumsi klasik bertujuan untuk mengetahui dan menguji kelayakan atas model regresi yang digunakan pada penelitian ini (Ghozali. 2006:110).

Uji Normalitas Model

Tujuan Uji normalitas adalah untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki suatu distribusi normal. Dalam penelitian ini menggunakan dua cara untuk mendeteksi penelitian ini yaitu Pendekatan *kolmogorov*

smirnov test dengan menggunakan suatu dasar untuk pengambilan keputusan jika hasilnya nilai probabilitas > 0.05 maka dikatakan data normal (Ghozali, 2006:110).

Uji Autokorelasi

Menurut Ghozali (2006:110) Uji autokorelasi digunakan untuk menguji apakah dalam suatu penelitian terdapat model regresi ada kolerasi antara kesalahan-pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada suatu periode t-1. untuk mendeteksi autokorelasi dengan menggunakan cara salahsatunya menggunakan uji Durbin-Waston (*DWtest*)

Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2006:110) Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji suatu penelitian apakah model regresi ditemukan adanya kolerasi antara variabel independen. Multikolonieritas bisa di deteksi dengan nilai cutoff yang menunjukkan nilai *tolerance* >0,1 atau sama dengan nilai VIF < 10.

Uji Heterokedastisitas

Metode yang digunakan prnrlian ini adalah glejser yang bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varina dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik maka tidak terjadi heteroskedastisitas dengan ketentuannya sebagai berikut: (1) Tidak terjadi heteroskedastisitas jika nilai terhitung lebih kecil dari tabel dan nilai signifikasi lebih besar dari 0,05; (2) Terjadi heteroskedastisitas jika nilai terhitung lebih besar dari tabel dan nilai signifikasi lebih kecil dari 0,05

Persamaan Regresi

Model Regresi Sederhana

Menurut (Rustani, 2010) Analisis regresi adalah suatu metode statistik yang mengamati hubungan antara variabel terikat Y dan serangkaian variabel bebas X_1, \dots, X_p . Tujuan dari metode ini adalah untuk memprediksi nilai Y untuk nilai X yang diberikan. Model regresi linier sederhana adalah model regresi yang paling sederhana yang hanya memiliki satu variabel bebas X. Analisis regresi memiliki beberapa kegunaan, salah satunya untuk melakukan prediksi terhadap variabel terikat Y [4]. Persamaan untuk model regresi linier sederhana adalah sebagai berikut :

$$\text{Nilai Perusahaan} = a + \beta_1 \text{UP} + e$$

$$\text{Nilai Perusahaan} = a + \beta_2 \text{LV} + e$$

$$\text{Nilai Perusahaan} = a + \beta_3 \text{PF} + e$$

$$\text{Nilai Perusahaan} = a + \beta_4 \text{DPR} + e$$

Moderated Regression Analysis (MRA)

Alat analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Regresi adalah alat analisis yang digunakan untuk meneliti variabel yang berpengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat (Ghozali, 2006). Dasar pengambilan hipotesis ini dilakukandengan level taraf signifikansi 5 %. Model analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah regresi linear berganda dengan menggunakan interaksi. Penelitian ini menggunakan persamaan model regresi linear yang didukung oleh penelitian serupa yang menggunakan model persamaan regresi untuk penelitian menggunakan variabel moderasi yaitu oleh Heliani (2012). Model regresi yang digunakan dalam penelitian ini untuk menguji hipotesis sebagai berikut:

$$\text{Nilai Perusahaan} = \alpha + \beta .\text{UP} + \beta .\text{CSR} + \beta .\text{UP.CSR} + e \dots\dots\dots(1)$$

$$\text{Nilai Perusahaan} = \alpha + \beta .\text{LV} + \beta .\text{CSR} + \beta .\text{LV.CSR} + e \dots\dots\dots(2)$$

$$\text{Nilai Perusahaan} = \alpha + \beta .\text{PF} + \beta .\text{CSR} + \beta .\text{PF.CSR} + e \dots\dots\dots(3)$$

$$\text{Nilai Perusahaan} = \alpha + \beta_1 \cdot \text{DPR} + \beta_2 \cdot \text{CSR} + \beta_3 \cdot \text{DPR} \cdot \text{CSR} + e \dots \dots (4)$$

a	: konstanta
β	: adalah koefisien regresi atau slope
PBV	: Nilai Perusahaan
UP	: Ukuran Perusahaan
LV	: <i>Leverage</i>
PF	: Profitabilitas
DPR	: Kebijakan Dividen
CSR	: <i>Corporate social responsibility</i>
B	: Konstanta
UP *CSR	: Interaksi <i>antara</i> Ukuran Perusahaan dan CSR
LV* CSR	: Interaksi <i>antara</i> <i>Leverage</i> dan CSR
PF *CSR	: Interaksi <i>antara</i> profitabilitas dan CSR
DPR*CSR	: Interaksi <i>antara</i> kebijakan dividen dan CSR

Uji Kelayakan Model (uji F)

Uji F yang biasanya digunakan pengujian untuk menguji kelayakan model yang dihasilkan dengan menggunakan uji kelayakan model pada tingkat α sebesar 5% jadi jika pengujian nilainya signifikan uji $F < 0.05$ maka model yang digunakan dalam penelitian ini layak dan dapat di pergunakan analisis berikut begitupun sebagainya.

Ujin Koefisien Determinasi

Menurut Ghozali (2006:110) Uji determinasi ini digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model penelitian dalam menerangkan variabel variabel dependen. Dan jika di dalam uji empiris terdapat nilai adjusted R^2 maka penelitian dianggap bernilai nol.

Uji t (hipotesis)

Uji *t-tests* atau uji parsial pada dasarnya tujuannya untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen secara individual di dalam menerangkan variasi variabel dependen. Uji secara parsial mempunyai kriteria secara parsial dengan tingkat *level of signifikan* $\alpha=5$ yaitu apabila nilai signifikan uji-t < 0.05 maka H_0 di tolak dan apabila pengujian signifikansi uji-t > 0.05 , maka H_0 diterima (Ghozali 2006:110).

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Objek Penelitian

Pada bagian ini akan di uraikan hasil penelitian terkait dengan Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage*, *Profitabilitas*, dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* Sebagai Variabel Moderating Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2014-2017. Hasil penelitian yang akan di jelaskan antara lain gambaran objek penelitian, sampel penelitian, statistic deskriptif, uji asumsi klasik, uji normalitas model, uji autokorelasi, uji heterokedastisitas, uji multikolonieritas, model regresi sederhana, uji regresi berganda, uji kelayakan model, uji koefisien determinasi, serta pengujian hipotesis.

Berdasarkan kriteria pengambilan sampel terdapat 12 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2014-2017 yang memenuhi kriteria. Dari 12 perusahaan manufaktur yang tercatat sesuai kriteria dalam penelitian sampel meliputi: (1) Perusahaan manufaktur yang mempublikasikan laporan keuangan lengkap secara berturut turut selama periode 2014 - 2017; (2) perusahaan manufaktur yang memiliki laba secara berturut turut selama periode 2014-2017; (3) perusahaan manufaktur yang membagikan dividen selama periode 2014-2017; (4) perusahaan manufaktur yang menggunakan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* secara berturut turut selama 2014-2017.

Teknik Analisis Data

Analisis Deskriptif Hasil Penelitian

Analisis statistik deskriptif memberikan suatu gambaran atau deskriptif suatu data yang dilihat dari rata-rata (*mean*), standart deviasi, nilai maksimum, dan nilai minimum (Ghozali,2006). Berikut ini disajikan statistik deskriptif hasil perhitungan SPSS di tabel 1 :

Tabel 1
Hasil Statistik Deskriptif
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
PBV	48	10985.00	45465486.00	5996263.9583	9301401.73345
UP	48	12.87	19.50	16.3202	1.63505
LV	48	.13	.75	.3660	.16960
PF	48	.03	1.44	.2685	.29998
DPR	48	.00	1.39	.4863	.31278
CSR	48	.26	.37	.3229	.03010
Valid N (listwise)	48				

Sumber: Data Primer yang di olah, 2019

Model Penelitian ini menjelaskan hubungan pengaruh antara ukuran perusahaan, *Leverage* profitabilitas dan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan dengan menggunakan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel moderating. Ukuran perusahaan (UP) di ukur dengan 48 data observasi yang di gunakan, memiliki nilai minimum sebesar 12,87 ; nilai maksimum sebesar 19,50 rata-rata (*mean*) sebesar 16,3202 dan standart deviasi sebesar 1,63505. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan besar memiliki sumberdaya yang besar dan mampu membiayai penyediaan informasi untuk keperluan internal, sehingga tidak perlu ada tambahan biaya yang besar untuk dapat melakukan pengungkapan dengan lebih lengkap. Sebaliknya, perusahaan dengan sumberdaya yang relatif kecil mungkin tidak memiliki informasi siap saji bagaimana perusahaan besar. Perusahaan besar cenderung berorientasi besar atas permintaan public (public banyak menginginkan informasi perusahaan tersebut). Oleh sebab itu semakin besar ukuran perusahaan semakin besar pula informasi yang perlu di ungkap.

Leverage memiliki nilai minimum sebesar 0,13 ; nilai maksimum sebesar 0,75 rata-rata (*mean*) sebesar 0,3660 dan standart deviasi sebesar 0,16960. Hal ini menunjukkan bahwa *Profitabilitas* yang di ukur dengan 48 data observasi yang di gunakan, memiliki nilai minimum sebesar 0,03 ; nilai maksimum sebesar 1,44 rata-rata (*mean*) sebesar 0,2685 dan standar deviasi sebesar 0,29998. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan yang menjadi sampel memiliki profitabilitas yang lebih cukup tinggi. Profitabilitas yang tinggi mendorong para manajer untuk memberikan informasi rinci. Profitabilitas yang tinggi menunjukkan besarnya laba yang diperoleh oleh suatu perusahaan. Dengan profitabilitas yang tinggi manajer perusahaan akan mengungkapkan lebih banyak laporan keuangan untuk menunjukkan kinerja dari perusahaan serta sebagai salah satu upaya yang menyajikan pihak eksternal bahwa kinerja perusahaan berada di posisi baik.

Kebijakan Dividen yang di ukur dengan 48 data observasi yang di gunakan memiliki nilai minimum sebesar 0,00 ; nilai maksimum sebesar 1,39 rata-rata (*mean*) sebesar 0,4863 dan standar deviasi sebesar 0,31278.

Corporate Social Responsibility (CSR) yang di ukur dengan 48 data observasi yang di gunakan memiliki nilai minimum sebesar 0,26 ; nilai maksimum sebesar 0,37 nilai rata-rata (*mean*) sebesar 0,3229 dan standart deviasi sebesar 0,0301. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan menjakidan sampel memberikan kelengkapan pengungkapan laporan keuangan (CSR) yang cukup semakin banyak butir *Corporate Social Responsibility* yang digunakan oleh perusahaan manufaktur, semakin banyak pula angka indeks yang di peroleh perusahaan

manufaktur. Perusahaan dengan angka indeks yang lebih tinggi menunjukkan bahwa perusahaan tersebut melakukan praktek pengungkapan secara lebih komprehensif relatif dibandingkan perusahaan lain.

Nilai Perusahaan yang di ukur dengan 48 data observasi yang di gunakan memiliki nilai minimum sebesar 10985.00 ; nilai maksimum sebesar 45465486.00 nilai rata-rata (*mean*) sebesar 5996263.9583 dan standart deviasi sebesar 9301401.73345. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata perusahaan yang digunakan sebagai sampel memiliki nilai yang positif (meningkat). Nilai perusahaan yang lebih dari 1 mempunyai arti bahwa perusahaan menghasilkan *earning* dengan tingkat *return* yang sesuai dengan harga perolehan *asset*. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata perusahaan yang digunakan sebagai sampel memiliki pengaruh positif meningkat.

Pengujian Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas data digunakan untuk menguji apakah model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya memiliki distribusi normal atau mendekati normal. Uji normalitas data menggunakan *kolmogorof-Smirnov* (KS) dengan kriteria jika nilai >0.05 , maka data tersebut berdistribusi normal. Berdasarkan hasil uji normalitas dengan alat bantu *computer* yang menggunakan SPSS diperoleh hasil berikut:

Tabel 2
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Residual
N		48
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000
	Std. Deviation	2715781.55787
Most Extreme Differences	Absolute	.086
	Positive	.086
	Negative	-.054
Test Statistic		.086
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data Primer yang di olah, 2019

Berdasarkan uji normalitas yang dilakukan dengan *One Sample* Kolmogorov-Smirnov didapatkan hasil bahwa nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* Sebesar 0,200 $>$ (0,05), sehingga dapat disimpulkan bahwa residual normal asumsi regresiterpenuhi, yang kemudian di perkuat dengan menambahkan *normal probability plot* (Ghozali,2006), pada gambar berikut .

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen (Ghozali,2006). Berdasarkan tabel di bawah menunjukkan bahwa nilai tolerance masing-masing varuabel $>$ 0.01 dan nial VIF (*variance inflation factor*) $<$ 10. Dengan demikian model ini tidak terjadi masalah multikolinieritas. Makah hal ini berarti dalam persamaan regresi tidak ditemukan adanya korelasi antara variabel,sehingga dapat disimpulkan model penelitian ini bebas gangguan multikolinieritas.

Tabel 3
Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF
(Constant)		
UP	.712	1.404
LV	.534	1.872
PF	.402	2.486
DPR	.525	1.906
Csr	.920	1.087

a. Dependent Variable: nilai_perusahaan

Sumber: Data Primer yang di olah, 2019

Uji Autokorelasi

Pendeteksian adanya autokorelasi dilakukan dengan melihat Durbin-Watson (Ghozali,2006). Tabel di bawah menunjukkan bahwa nilai durbin Watson dari penelitian ini adalah 0.994 karena itu nilai durbin Watson terletak antara batas atau *upper bound* (-2) dan (+2), maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi dan model regresi tersebut dapat digunakan untuk pengambilan keputusan.

Tabel 4
Hasil Uji Autokorelasi
Model Penelitian

Model Summary ^b Model	Durbin-Watson
1	.994

a. Predictors: (Constant), csr, dividen, ukuran_perusahaan, leverage, profitabilitas

b. Dependent Variable: nilai_perusahaan

Sumber: Data Primer yang di olah, 2019

Uji Heterokedastisitas

Uji Heterokedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik yang heterokedastisitas yaitu adanya ketidak samaan variabel dan residual untuk semua pengamatan pada suatu model regresi. Suatu model regresi yang baik adalah yang tidak mengandung heterokedastisitas atau disebut homokedastisitas (Ghozali, 2006). Dalam penelitian ini menggunakan uji Gletser untuk memperkuat hasil penelitian hasil dengan asumsi apabila $\alpha > 0.05$

Tabel 5
Hasil Uji Heterokedastisitas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	-434941.066	2072626.763		-.210	.835
UP	93840.280	135400.894	.090	.693	.492
LV	-1104336.687	1519334.524	-.109	-.727	.471
PF	3859334.368	983625.592	.676	3.924	.000
DPR	771048.233	804427.048	.141	.959	.343

a. Dependent Variable: RES_2

Sumber: Data Primer yang di olah, 2019

Berdasarkan hasil analisis di atas terdapat pada persamaan di table atas terjadi masalah heterokedastisitas. Hal ini terlihat dari nilai variabel kurang dari 5% (0.05). Pada persamaan ini terjadi masalah heterokedastisitas sebelum melanjutkan ketahap selanjutnya perlu terlebih dahulu untuk melakukan pengobatan terhadap masalah heterokedastisitas. Salah satu pengobatan dilakukan adalah dengan melakukan transformasi ke natural logaritma untuk semua variabel.

Tabel 6
Hasil Uji Heterokedastisitas Setelah di Transformasi
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	T	
1 (Constant)	7.126	4.129		1.726	.092
LN_Up	-1.563	1.383	-.181	-1.130	.265
LN_Lv	-.115	.315	-.063	-.364	.718
LN_pf	-.378	.210	-.334	-1.800	.079
LN_dpr	-.121	.226	-.098	-.535	.596
LN_csr	2.241	1.379	.236	1.625	.112

a. Dependent Variable: abstres

Sumber: Data Primer yang di olah, 2019

Dari data yang telah di transformasi bisa dilihat bahwa hasil di table anova memiliki nilai signifikan di atas 5% (0.05) sehingga tidak terjadi masalah heterokedastisitas terhadap tabel diatas.

Pembahasan

Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi sederhana merupakan metode statistika untuk menganalisis hubungan pengaruh antara dua variabel. Dalam analisis regresi sederhana ini terdapat suatu variabel independen (variabel yang dipengaruhi) dan satu variabel dependen (variabel yang terpengaruhi) (Ghozali,2007). Berikut analisis perhitungan regresi sederhana dalam penelitian ini:

Tabel 7
Hasil Uji Linier sederhana (Ukuran Perusahaan)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	T	
(Constant)	21817042.276	13554667.475		1.610	.114
UP	-.969398.061	826493.522	-.170	-1.173	.247

a. Dependent Variable: nilai_perusahaan

Sumber: Data Primer yang di olah, 2019

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil uji regresi secara parsial menunjukkan hasil tidak signifikan pada variabel ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan sebesar 0.247 lebih besar dari 0.05. Dari hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa variabel ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 yang menyatakan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Tabel 8
Hasil Uji Linier sederhana (Leverage)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	T	
(Constant)	1826677.459	2998702.514		-.609	.545
LV	21371723.848	7446841.621	.390	2.870	.006

a. Dependent Variable: nilai_perusahaan

Sumber: Data Primer yang di olah, 2019

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, ditemukan bahwa *Leverage* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil uji regresi secara parsial menunjukkan hasil signifikan pada variabel *Leverage* terhadap nilai perusahaan sebesar 0.006 lebih kecil dari 0.05. dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel *Leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 yang menyatakan *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Tabel 9
Hasil Uji Linier sederhana(profitabilitas)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1889886.644	587318.244		-3.218	.002
PF	29366580.985	1467254.762	.947	20.015	.000

a. Dependent Variable: nilai_perusahaan

Sumber: Data Primer yang di olah, 2019

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, ditemui bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil uji regresi secara parsial menunjukkan hasil signifikan pada variabel profitabilitas terhadap nilai perusahaan sebesar 0.000 lebih kecil dari 0.05. Dari hasil tersebut dapat dikatakan bahwa variabel profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 yang menyatakan profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Tabel 10
Hasil Uji Linier sederhana(Kebijakan Dividen)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	287100.861	2276186.520		-.126	.900
DPR	12922087.032	3948991.922	.435	3.272	.002

a. Dependent Variable: nilai_perusahaan

Sumber: Data Primer yang di olah, 2019

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan, ditemukan bahwa kebijakan dividen berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil uji parsial menunjukkan hasil signifikan pada variabel kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan sebesar 0.002 lebih kecil dari 0.05 dari hasil tersebut dapat dikatakan bahwa variabel kebijakan dividen berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sehingga dapat disimpulkan bahwa H4 yang menyatakan kebijakan dividen berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Uji Moderate Regression Analysi (MRA)

Uji *Moderate Regression Analysi* (MRA) digunakan untuk mengetahui antara variabel independen terhadap variabel dependen dengan adanya variabel moderasi. Berikut hasil dari pengujian Uji *Moderate Regression Analysi*. Berikut ini merupakan hasil koefisien determinasi dari variabel ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebafei variabel moderating.

Berdasarkan tabel dibawah dapat dituliskan persamaan regresi adalah
 Nilai perusahaan = 19064424.951 -1058211.072 + 8086367.069 + 303017.422 UK*CSR + e
 persamaan regresi menunjukkan bahwa nilai konstan sebesar 19064424.95. sedangkan nilai koefisien regresi ukuran perusahaan adalah -1058211.072 mempunyai pengaruh negatif

sedangkan hasil *Corporate Social Responsibility* (CSR) 8086367.069 berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan jika di tambah dengan variabel moderasi yaitu nilai perusahaan menghasilkan nilai positif sebesar 303017.422.

Tabel 11
Penerapan Ukuran perusahaan* *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized	T	Sig.
	B	Std. Error	Coefficients Beta		
(Constant)	19064424.951	31931107.378		.597	.554
UP	-1058211.072	1904263.469	-.186	-.556	.581
CSR	8086367.069	83746705.540	.026	.097	.924
UPXCSR	303017.422	5017641.450	.024	.060	.952

a. Dependent Variable: nilai_perusahaan

Sumber: Data Primer yang di olah, 2019

Berdasarkan perhitungan uji koefisien determinasi dibawah dapat diketahui bahwa *Adjusted R Square* (R^2) dalam penelitian ini adalah 0.035 yang berarti sebesar 3.5% besarnya independen dapat menjelaskan variabel dependen, yaitu nilai perusahaan, sedangkan sisanya 96.5% di pengaruhi faktor-faktor didalam model.

Tabel 12
Hasil Uji Koefisien Determinasi (ukuran perusahaan*CSR)
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.175 ^a	.031	.035	9464549.24839

a. Predictors: (Constant), UPXCSR, CSR, ukuran_perusahaan

Sumber: Data Primer yang di olah, 2019

Tabel dibawah menunjukkan nilai R^2 regresi pertama diketahui memiliki nilai sebesar 0.008 atau 0.8%, sedangkan setelah terdapatkan persamaan regresi kedua nilai R^2 naik menjadi 0.035 atau 3.5%, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel model *Corporate Social Responsibility* (CSR) memperkuat pengaruh hubungan antara ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan

Tabel 13
Hasil Uji Koefisien Determinasi (ukuran perusahaan*CSR)
Model Summary

Adjusted R Square	Sebelum dimoderasi	Sesudah Dimiderasi	Keterangan
R^2	0.8%	3.5%,	Memoderasi

Sumber: Data Primer yang di olah, 2019

Selanjutnya untuk melihat kelayakan model regresi dan untuk melihat apakah variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen dengan adanya variabel moderasi, dapat dilihat melalui uji F. Pengambilan keputusan pada uji ini yaitu apabila signifikan < 0.05 maka hipotesis diterima dan model regresi dikatakan *fit*. Hasil uji F dari model regresi berganda dengan adanya variabel moderating dapat dilihat ditabel.

Berdasarkan hasil uji regresi tunggal dan uji regresi berganda diperoleh hasil uji regresi tunggal ($0.008 < 0.035$) dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* memperkuat hubungan antara variabel ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan, sehingga dapat di simpulkan bahwa H_5 yang menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* memperkuat pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

Tabel 14
Hasil Uji F Penerapan Ukuran perusahaan* Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap nilai perusahaan ANOVA^b

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1.248E14	3	4.161E13	.465	.708 ^a
Residual	3.941E15	44	8.958E13		
Total	4.066E15	47			

a. Predictors: (Constant), UPXCSR, CSR, ukuran_perusahaan

b. Dependent Variable: nilai_perusahaan

Sumber: Data Primer yang di olah, 2019

Berdasarkan tabel di atas dapat ditulis persamaan regresi adalah

Nilai perusahaan = $-34046241.959 + 1.076E8 + 1.076E8 - 2.692E8 \text{ Leverage} * \text{CSR} + e$

Persamaan regresi menunjukkan nilai konstanta sebesar -34046241.959 . Sedangkan nilai koefisien regresi *Leverage* dan *Corporate Social Responsibility (CSR)* mempunyai nilai positif masing-masing sebesar $1.076E8$ dan $1.003E8$ terhadap nilai perusahaan, sedangkan ditambahkan dengan variabel moderating yaitu *Corporate Social Responsibility (CSR)* menghasilkan nilai negative $-2.692E8$. Hasil *Leverage* dimoderasi dengan *Corporate Social Responsibility (CSR)* menunjukkan nilai $t = -1.063$ dengan nilai signifikan $0.294 > 0.05$.

Hasil uji determinasi antara variabel *Leverage* terhadap nilai perusahaan dengan adanya variabel moderating *Corporate Social Responsibility (CSR)* dapat dilihat pada table;

Tabel 15
Hasil Uji t Leverage* Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap nilai perusahaan Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-34046241.959	28154097.264		-1.209	.233
	LV	1.076E8	81380679.424	1.962	1.322	.193
	CSR	1.003E8	87098632.791	.325	1.152	.256
	LVXCSR	-2.692E8	2.533E8	-1.591	-1.063	.294

a. Dependent Variable: nilai_perusahaan

Sumber: Data Primer yang di olah, 2019

Berdasarkan tabel dibawah perhitungan uji koefisien determinasi dapat diketahui bahwa *Adjusted R Square (R²)* dalam penelitian ini adalah 0.121 yang berarti sebesar 12.1% besarnya independen dapat menjelaskan variabel dependen, yaitu nilai perusahaan. Sedangkan sisahnya 87.9% di pengaruhi faktor-faktor didalam model.

Tabel 16
Hasil Uji Koefisien Determinasi (leverage*CSR) Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.421 ^a	.177	.121	8721488.35146

a. Predictors: (Constant), LVXCSR, CSR, leverage

Sumber: Data Primer yang di olah, 2019

Pada tabel dibawah menunjukkan nilai R^2 regresi pertama diketahui memiliki nilai sebesar 0.133 atau 1,33% sedangkan setelah terdapatkan persamaan regresi kedua nilai R^2 menurun menjadi 0.121 atau 12.1%, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel model

Corporate Social Responsibility (CSR) memperlemah pengaruh hubungan antara *Leverage* terhadap nilai perusahaan.

Tabel 17
Hasil Uji Koefisien Determinasi (Leverage*CSR)

Adjusted R Square	Sebelum Dimoderasi	Sesudah dimoderasi	Keterangan
R ²	1,33%	12.1%,	Tidak Memoderasi

Sumber: Data Primer yang di olah, 2019

Hasil uji F pengaruh *Leverage* terhadap nilai perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel moderating dapat dilihat pada table:

Tabel 18
Hasil Uji F leverage* Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap nilai perusahaan ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	7.194E14	3	2.398E14	3.153	.034 ^a
	Residual	3.347E15	44	7.606E13		
	Total	4.066E15	47			

a. Predictors: (Constant), LVXCSR, CSR, LV

b. Dependent Variable: nilai_perusahaan

Sumber: Data Primer yang di olah, 2019

Hasil pada variabel *Leverage* yang sudah dimoderasi dengan variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan memiliki nilai signifikansi sebesar 0.034. Berdasarkan uji regresi tunggal dan uji regresi berganda di peroleh hasil uji regresi tunggal > regresi sederhana berganda (0.133 > 0.121) dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* memperlemah hubungan antara *Leverage* terhadap nilai perusahaan, sehingga dapat disimpulkan bahwa H6 yang menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* memperlemah hubungan *Leverage* terhadap nilai perusahaan.

Tabel 19
Hasil Uji t profitabilitas* Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap nilai perusahaan Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1206358.012	6811266.543		-.177	.860
	PF	12519992.492	22803225.827	.404	.549	.586
	CSR	-2465138.539	21385956.551	-.008	-.115	.909
	PFXCSR	53369975.711	72174258.003	.546	.739	.464

a. Dependent Variable: nilai_perusahaan

Sumber: Data Primer yang di olah, 2019

Berdasarkan tabel di atas dapat ditulis persamaan regresi adalah

Nilai perusahaan = -1206358.012+ 12519992.492 - 2465138.539 + 53369975.711 profitabilitas * CSR + e

Persamaan regresi menunjukkan nilai konstanta sebesar -1206358.012, sedangkan nilai koefisien regresi profitabilitas mempunyai nilai positif sebesar 12519992.492 dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) mempunyai nilai negatif sebesar 2465138.539 terhadap nilai perusahaan, sedangkan ditambahkan dengan variabel moderating yaitu *Corporate Social Responsibility* (CSR) menghasilkan nilai positif 53369975.711. Hasil Profitabilitas dimoderasi dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) menunjukkan nilai t 0.739 dengan nilai signifikan 0.464>0.05.

Hasil uji determinasi antara variabel *Leverage* terhadap nilai perusahaan dengan adanya variabel moderating *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat dilihat pada table 20:

Tabel 20
Hasil Uji Koefisien Determinasi (profitabilitas*CSR)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.948 ^a	.899	.892	3053799.08681

a. Predictors: (Constant), PROFXCSR, CSR, profitabilitas

Sumber: Data Primer yang di olah, 2019

Berdasarkan perhitungan uji koefisien determinasi dapat diketahui bahwa *Adjusted R Square* (R^2) dalam penelitian ini adalah 0.892 yang berarti sebesar 89.2% besarnya independen dapat menjelaskan variabel dependen, yaitu nilai perusahaan, sedangkan sisanya 10.8% di pengaruhi faktor-faktor didalam model.

Tabel 21
Hasil Uji Koefisien Determinasi (Profitabilitas *CSR)

Adjusted R Square	Sebelum Dimoderasi	Sesudah dimoderasi	Keterangan
R ²	89.5%	89.2%	Tidak Memoderasi

Sumber: Data Primer yang di olah, 2019

Nilai R^2 regresi pertama diketahui memiliki nilai sebesar 0.895 atau 89.5% sedangkan setelah terdapatkan persamaan regresi kedua nilai R^2 menurun menjadi 0.892 atau 89.2%, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel model *Corporate Social Responsibility* (CSR) memperlemah pengaruh hubungan antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Hasil uji F dari pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel moderating dapat dilihat pada table 30.

Tabel 22
Hasil Uji F Profitabilitas* Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Nilai Perusahaan

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3.656E15	3	1.219E15	130.676	.000 ^a
	Residual	4.103E14	44	9.326E12		
	Total	4.066E15	47			

a. Predictors: (Constant), PFXCSR, CSR,PF

b. Dependent Variable: nilai_perusahaan

Sumber: Data Primer yang di olah, 2019

Hasil pada variabel profitabilitas yang sudah dimoderasi dengan variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan memiliki nilai signifikasi sebesar 0.000. Berdasarkan hasil uji tunggal dan uji regresi ganda di peroleh hasil uji regresi tunggal > uji regresi ganda ($0.895 > 0.892$) dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* memperlemah hubungan pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H7 yang menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* memperlemah pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

Dibawah ini menunjukkan hasil dari uji t variabel kebijakan dividen: Berdasarkan tabel di bawah dapat ditulis persamaan regresi adalah

Nilai perusahaan = $-7061837.423 + 38689245.269 + 20943279.955 - 78850256.902$ Kebijakan dividen*CSR+e

Persamaan regresi menunjukkan nilai konstata sebesar -7061837.423. Sedangkan nilai koefisien regresi kebijakan dividen dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) mempunyai nilai positif masing-masing sebesar 38689245.269 dan 20943279.955 terhadap nilai perusahaan. Sedangkan ditambahkan dengan variabel moderating yaitu *Corporate Social Responsibility*

(CSR) menghasilkan nilai negative -78850256.902. hasil kebijakan dividen dimoderasi dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) menunjukkan nilai t -0.515 dengan nilai signifikan $0.609 > 0.05$. Hasil uji determinasi antara variabel *Leverage* terhadap nilai perusahaan dengan adanya variabel moderating *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat dilihat pada table :

Tabel 23
Hasil Uji t Kebijakan dividen* *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	-7061837.423	25616489.252		-.276	.784
	DPR	38689245.269	49676661.555	1.301	.779	.440
	CSR	20943279.955	80376377.261	.068	.261	.796
	DPRXCSR	-78850256.902	1.532E8	-.891	-.515	.609

a. Dependent Variable: nilai_perusahaan

Sumber: Data Primer yang di olah, 2019

Berdasarkan tabel di bawah perhitungan uji koefisien determinasi dapat diketahui bahwa *Adjusted R Square* (R^2) dalam penelitian ini adalah 0.141 yang berarti sebesar 14.1% besarnya independen dapat menjelaskan variabel dependen, yaitu nilai perusahaan, sedangkan sisahnya 85.9% di pengaruhi faktor-faktor didalam model.

Tabel 24
Hasil Uji Koefisien Determinasi (kebijakan dividen*CSR)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.442 ^a	.196	.141	8621769.83265

a. Predictors: (Constant), DPRXCSR, CSR,DPR

Sumber: Data Primer yang di olah, 2019

Berdasarkan tabel dibawah menunjukkan bahwa nilai R^2 regresi pertama diketahui memiliki nilai sebesar 0.171 atau 17.1% sedangkan setelah terdapatkan persamaan regresi kedua nilai R^2 menurun menjadi 0.141 atau 14.1%, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel model *Corporate Social Responsibility* (CSR) memperlemah pengaruh hubungan antara kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan.

Tabel 25
Hasil Uji Koefisien Determinasi (Kebijakan Dividen *CSR)

Adjusted R Square	Sebelum Dimoderasi	Sesudah Dimoderasi	Keterangan
R^2	17.1%	14.1%	Tidak Memoderasi

Sumber: Data Primer yang di olah, 2019

Hasil uji F dari pengaruh kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel moderating. Berdasarkan perhitungan dibawah, dapat diketahui bahwa antara variabel kebijakan dividen yang sudah dimoderasi dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki nilai signifikansi sebesar 0.021. Berdasarkan hasil uji regresi tunggal dan uji regresi berganda diperoleh hasil uji regresi tunggal > regresi berganda ($0.171 > 0.141$) dari hasil uji tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* memperlemah hubungan variabel pengaruh kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan, sehingga dapat disimpulkan bahwa H8 yang menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* memperlemah pengaruh kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan.

Tabel 26
Hasil Uji F Kebijakan Dividen* *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan

Model		ANOVA ^b				
		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	7.955E14	3	2.652E14	3.567	.021 ^a
	Residual	3.271E15	44	7.433E13		
	Total	4.066E15	47			

a. Predictors: (Constant), DPRXCSR, CSR, DPR

b. Dependent Variable: nilai_perusahaan

Sumber: Data Primer yang di olah, 2019

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh ukura perusahaan , *leverage*, Profitabiitas, kebijakan dividen terhadap niai perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai variable moderating.

Berdasarkan analisis dan pembahasan menunjukkann bahwa Ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, dan *Leverage*, Profitabilitas , dan Kebijakan Dividen berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Untuk yang menggunakan variabel moderating Ukuran perusahaan dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel moderasi memperkuat terhadap nilai perusahaan, sedangkan hasil dari *Leverage* ,profitabilitas dan kebijakan dividen dengan adanya *Corporate Social Responsibility* tidak mempkuat hubungan variabel terhadap nilai perusahaan.

Saran

Berdasarkan hasil dari keseuruhan dari simpulan yang dipeeroeh, dapat di kembangkan dengan beberapa saran bagi pihak yang berkepentingan daam penelitian ini berikut adalah saran yang dapat diberikan daam peneitian ini 1) Bagi investor, ketika melakukan investasi hendaknya melihat dan menganalisis nilai ukuran perusahaan. Hal tersebut berguna dalam menilai stabil atau tidaknya suatu perusahaan, ketika melakukan investasi hendaknya juga melihat pengungkapan CSR masing-masing perusahaan, hal tersebut digunakan untuk melihat tanggung jawab sosial suatu perusahaan yang dapat meningkatkan citra positif di masyarakat. 2) Bagi peneliti selanjutnya, memperluas periode pengamatan agar dapat lebih menggambarkan kondisi nilai perusahaan semua perusahaan yang terddftar di Bursa Efek Indonesia, menggunakan variabel-variabel lain di luar variabel yang digunakan penelitian ini misalnya *Good Corporate Governance* (GCG).

DAFTAR PUSTAKA

- Analisa, Y. 2011. Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage*, Profitabilitas dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan. *Skripsi*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Barus, A, C dan Leliani. 2013, Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Profitabilitas Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Wira Ekonomi Mikrosil* 3(1): 111-121.
- Bodie, K dan Marcus. 2006. *Investasi, Alih Bahasa oleh Zuliani Dalimunthe dan Budi Wibowo*. Salemba Empat. Jakarta.
- Brigham, E., F. dan L. C. Gapenski. 1996. *Intermediate Financial Management*. Fifth Edition. The Dryden Press. New York
- Ernawati, D. 2015. Pengaruh Profitabilitas, *Leverage* Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi* 4.(4).
- Fitriany. 2001. Signifikansi perbedaan tingkat kelengkapan pengungkapan wajib dan sukarela pada laporan keuangan perusahaan public yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta. *Simposius Nasional Akuntansi IV*.
- Gitman, L. 2006. *Principles of Managerial Finance* (11th ed.). Boston. Addison Wesley

- Ghozali, I. 2006. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Edisi 4. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ghozali, I. 2007. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Edisi 4. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hanafy, 2004. Manajemen Keuangan. BPFE UGM. Yogyakarta.
- Harapan, S.S. 2008. Analisis Laporan Keuangan, Edisi Revisi. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Heliani. 2012. Pengaruh Sistem Pengadilan Manajemen Terhadap Kinerja Manajerial dengan Gaya Kepemimpinan sebagai Variabel Moderating. *Skripsi*. Universitas Pendidikan Indonesia. Bandung.
- Jogiyanto, 2000. *Teori Portofolio Dan Analisis Investasi*. Edisi kedua. BPFE UGM. Yogyakarta.
- Kirana, R, C. 2009 . Studi perbandingan pengaturan tentang CSR di beberapa Negara dalam upaya perwujudan prinsip Good Corporate Governance. *Skripsi*. Universitas Sebelas Maret Sukarta.
- Kusuma, H. 2002. Manajemen Produksi: Perencanaan dan Pengendalian Produksi. Yogyakarta.
- Kusumawati, H. 2005. Manajemen Produksi: Perencanaan dan Pengendalian Produksi. Yogyakarta: Andi.
- Kusumadilangga, R . 2010. Pengaruh Pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility* Terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai Variabel Moderating. *Sripsi*.: Universitas Diponegoro. Semarang.
- Meidiawati. K. 2016. Pengaruh Size, Growth, Profitabilitas, Struktur Modal, Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurna Ilmu dan Riset Akuntansi*. 5(2): 1-16.
- Munawir. S .2007. Analisa Laporan Keuangan. Liberty, Yogyakarta
- Nurhayati, M. 2013. Profitabilitas, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan Pengaruhnya Terhadap Kebijakan Dividen dan Nilai Perusahaan Sektor Non Jasa. *Jurnal Keuangan dan Bisnis*, 5(2):144-153.
- Prasetyorini dan B. Fitri. 2013. Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage Price Earning Ratio* dan Profitabilita Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Manajemen*. 1(1): 183-303.
- Rachmawati, A dan H. Triatmoko. 2007. Analisis Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Laba dan Nilai Perusahaan. *Simposium Nasional Akuntansi X Makassar*: 26 - 28 Juli.
- Rahayu, S. K. 2010 . Perpajakan Indonesia: Konsep Dan Aspek Formal. Graha Ilmu. Yogyakarta
- Ramadhani, L. 2012. Pengaruh *Corporate Sosial Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan Presentase Kepemilikan Manajerial sebagai Variabel Moderating pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Inndonesia. *Jurnal Akuntansi dan Auditing*, 8 (2): 95-185.
- Rustiani, N. W. 2010. Pengaruh *Corporate Governance* pada Hubungan *Corporate Sosial Responsibiliy* dan Nilai Perusahaan. *Simposium National Akuntansi XIII*.
- Salvatore, Dominick. 2005. *Ekonomi Manajerial dalam Perekonomian Global*. Salemba Empat: Jakarta
- Sugiarto, Eko. 2015. *Menyusun Proposal Penelitian Kuantitatif Skripsi dan Tesis*. Suaka Media. Yogyakarta
- Suharli, M. 2006. Studi Empiris mengenai Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Harga Saham terhadap Jumlah Dividen Tunai, Studi pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta Periode 2002 - 2003. *Jurnal Maksi Universitas Katolik Indonesia AtmaJaya*, 6(2).243-256.
- Septia, A. W. 2015. Pengaruh Profitabilitas, Keputusan Investasi, Keputusan Pendanaan, dan Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur

- yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Skripsi*. Universitas Negeri Yogyakarta. Yogyakarta.
- Sudana, I M. 2011. *Menejemen keuangan Perusahaan Teori dan Praktek*. Erlangga. Jakarta
- Suffah, R. Pengaruh Profitabilitas, *Leverage* , Ukuran Perusahaan dan Kebijakan Deviden Pada Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*. 5(2): 1-17.
- Undang-Undnag RI No.40 Tahun 2007 tentang *Perseroan Terbatas*.
- Utama, Siddharta dan A. Y. B. Santosa. 1998. Kaitan antara Rasio Price/Book Value dan Imbal Hasil Saham pada Bursa Efek Jakarta. *Jurnal Riset Akuntansi Indonesia* 1(1): 127-140.
- Weston J.E. dan T. E. Copeland. 1992. *Manajemen Keuangan Jilid II*. Erlangga. Jakarta.
- www.idx.co.id. Diakses tanggal 10 Desember 2018.