



Pengaruh *Good Corporate Governance* Dan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan LQ 45

Ummul Khair ¹⁾; Hernadianto ²⁾; Yusmaniarti ³⁾; Anes Rasela⁴⁾

^{1,2,3,4)} Department of Accounting, Faculty of Economic and Bisnis, Universitas Muhammadiyah Bengkulu

Email: ¹⁾ Ummukhair@umb.ac.id ;²⁾ Hernadianto@umb.ac.id ;³⁾ Yusmaniarti@umb.ac.id ;
⁴⁾ anesrasella@gmail.com

How to Cite :

Khair, Ummu., Hernadianto., Yusmaniarti., Rasela, A (2023). Pengaruh *Good Corporate Governance* Dan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan LQ 45. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 11 (1). doi: <https://doi.org/10.37676/ekombis.v11i1>

ARTICLE HISTORY

Received 16 November 2022]

Revised [24 Desember 2022]

Accepted [31 Desember 2022]

KEYWORDS

Corporate social responsibility (csr); good corporate governance (gcg); the value of the company; profitability.

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Nilai perusahaan akan terus meningkat ketika perusahaan memperhatikan aspek ekonomi, sosial dan lingkungan. Pada dasarnya ketika perusahaan dapat mencapai tujuan jangka pendek dan jangka panjang, maka perusahaan tersebut dapat dikatakan baik. Jika saham semakin tinggi maka nilainya juga akan tinggi dan berdampak positif pada peningkatan kepercayaan pasar, tidak hanya pada kepercayaan pasar saat ini, tetapi juga pada prospek masa depan perusahaan. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimanakah pengaruh CSR dan GCG secara langsung dan tidak langsung terhadap nilai perusahaan dengan adanya profitabilitas sebagai variabel moderasi. Penelitian ini dilakukan pada Perusahaan LQ 45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019 – 2020. Sampel dalam penelitian ini berdasarkan metode purposive sampling dan diperoleh 661 perusahaan sampel dengan menggunakan teknik analisis data uji statistik dan Partial Least Square (PLS). Hasil penelitian ini menunjukkan *Good Corporate Governance* (GCG) berpengaruh tidak signifikan dan positif terhadap nilai perusahaan dengan menunjukkan bahwa nilai T-statistik untuk variabel *good corporate governance* sebesar 0,778, p-value sebesar 0,437 > 0,05, dan nilai T-tabel sebesar 1,669 dan nilai aslinya -0,100. Hasil penelitian *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan dan positif terhadap nilai perusahaan diukur dengan pengungkapan CSR adalah sebesar 2,025, nilai p-value sebesar 0,043 < 0,05 dan nilai T-tabel sebesar 1,669 dengan nilai asli 0,192. Hasil penelitian profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan menunjukkan bahwa T-statistik 1,135, nilai p-value 0,257 > 0,05 dan nilai T-tabel sebesar 1,669 dengan nilai asli -0,138. Sedangkan Hasil penelitian bahwa *Good Corporate Governance* (GCG) melalui profitabilitas memiliki nilai T-statistik sebesar 0,083, p-value sebesar 0,934, dan nilai T-tabel sebesar 1,669 dengan nilai asli 0,011 dan Secara tidak langsung GCG berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan dengan adanya profitabilitas sebagai variabel moderasi, dan Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) melalui profitabilitas memiliki nilai T-statistik sebesar 1,612, p-value sebesar 0,108, dan nilai T-tabel sebesar 1,669 dengan nilai asli -0,407 dan secara tidak langsung berpengaruh tidak signifikan

terhadap nilai perusahaan dengan adanya profitabilitas sebagai variabel moderasi.

ABSTRACT

The value of the company will continue to increase when the company pays attention to economic, social and environmental aspects. Basically, when the company can achieve short-term and long-term goals, then the company can be said to be good. If the stock gets higher then its value will also be high and have a positive impact on increasing market confidence, not only on current market confidence, but also on the company's future prospects. The purpose of this study is to determine how CSR and GCG affect directly and indirectly on company value with profitability as a moderation variable. This research was conducted on Company LQ 45 which was listed on the Indonesia Stock Exchange in 2019 – 2020. The samples in this study based on the purposive sampling method and obtained 66 sample companies using statistical test data analysis techniques and Partial Least Square (PLS). The results of this study show that Good Corporate Governance (GCG) has an insignificant and positive effect on company value by showing that the T-statistical value for the good corporate governance variable is 0.778, the p-value is $0.437 > 0.05$, and the T-table value is 1.669 and the original value is -0.100. The results of the Corporate Social Responsibility (CSR) research had a significant and positive effect on company value measured by CSR disclosures were 2,025, p-value was $0.043 < 0.05$ and T-table value was 1.669 with an original value of 0.192. The results of profitability research did not have a significant effect on the value of the company showing that the T-statistic was 1.135, the p-value was $0.257 > 0.05$ and the T-table value was 1.669 with the original value of -0.138. Meanwhile, the results of the study that Good Corporate Governance (GCG) through profitability has a T-statistik value of 0.083, p-value of 0.934, and a T-table value of 1.669 with an original value of 0.011 and indirectly GCG has an insignificant effect on company value with profitability as a moderation variable, and the results showed that the Corporate Social Responsibility (CSR) variable through profitability has a T-statistical value of 1.612, the p-value is 0.108, and the T-table value is 1.669 with the original value of -0.407 and indirectly has an insignificant effect on the value of the company in the presence of profitability as a moderation variable.

PENDAHULUAN

Harga perusahaan adalah salah satu nilai penting yang menampilkan kinerja organisasi secara keseluruhan dan mungkin berdampak pada persepsi pembeli tentang harga organisasi. Semakin baik harga organisasi, semakin besar pembeli tanda yang dapat melakukan investasi di dalam organisasi (Hanum, 2012). Pada dasarnya ketika perusahaan dapat mencapai tujuan jangka pendek dan jangka panjang, maka perusahaan tersebut dapat dikatakan baik. Hal ini sebagai kriteria untuk mengukur keberhasilan suatu perusahaan adalah apakah perusahaan memiliki kemampuan untuk mengamankan pemegang saham. Jika saham semakin tinggi maka nilainya juga akan tinggi dan berdampak positif pada peningkatan jaminan diri pasar, sekarang tidak lagi hanya dalam jaminan diri pasar mutakhir, tetapi juga di dalam kemungkinan takdir organisasi. Namun, elemen non-ekonomi juga merupakan elemen penting yang harus dipertimbangkan dalam organisasi untuk meningkatkan harga organisasi. Salah satunya adalah untuk meningkatkan legitimasi orang-orang di depan perusahaan melalui operasi berkelanjutan jangka panjang tata kelola perusahaan, tanggung jawab sosial perusahaan dan profitabilitas.

Good Corporate Governance (GCG) adalah prinsip tatal kelola perusahaan yang sesuai, yang dibangun untuk membuat pemangku kepentingan menerima sebagai kebenaran di dalam organisasi. Pedoman Umum GCG bukanlah aturan yang mengikat, namun etika yang menjadi acuan bagi semua instansi dalam menjalankan usaha dengan baik (Sudarmanto et. al., 2021). Apabila

perusahaan menerapkan sistem Good Corporate Governance dan Corporate Social Responsibility maka diharapkan kinerjanya akan meningkatkan nilai perusahaan (Robert & Minow, 2011).

Corporate Social Responsibility (CSR) Tata Kelola Perusahaan yang Baik. Merupakan bentuk subyek perusahaan untuk jaringan di sekitar dan jaringan di seluruh organisasi. Pelaksanaan kewajiban sosial perusahaan merupakan bentuk pelaksanaan tata kelola perusahaan yang sesuai di dalam jaringan. Upaya yang dilakukan melalui instansi ini tidak lagi hanya sebatas tugas moneter dan penjara, melainkan juga tugas moral (Pujana, 2016). Pengungkapan CSR dapat membuktikan bahwa jika pengungkapan CSR terbaik dalam bisnis, nilai perusahaan akan meningkat. Selain itu, pertumbuhan yang berkembang dalam profitabilitas perusahaan yang menunjukkan bahwa kinerja perusahaan di masa depan akan dianggap lebih baik, sehingga nilai perusahaan bagus di mata investor. Selanjutnya, Profitabilitas dalam hal ini dilihat sebagai variabel pemoderasi yaitu konsep untuk mendukung atau memperlemah pengaruh CSR dan GCG terhadap harga organisasi. Profitabilitas adalah kemampuan organisasi untuk memperoleh pendapatan. Pendapatan yang diperoleh melalui organisasi berasal dari pendapatan dan pilihan pendanaan yang dibuat melalui organisasi

LANDASAN TEORI

Prinsip keagenan adalah prinsip yang muncul saat olahraga perusahaan biasanya tidak dikontrol langsung melalui pemilik entitas, dan subjek kontrol diserahkan kepada penjual Pemilik kemudian meminta auditor asersi ekonomi untuk menguji kesesuaian laporan ekonomi agen dengan pemilik. Prinsip keagenan semakin penting sejalan dengan booming pasar modal global, penjual semakin dituntut untuk akuntabilitas ekonomi, seperti yang digambarkan melalui Laporan Realisasi Anggaran dan pembelian opini wajar tanpa pengecualian (WTP) atas laporan ekonomi yang telah diaudit. Harga perusahaan adalah garis besar situasi pasti yang ingin diperoleh organisasi sebagai bentuk penerimaan publik sebagai benar di dalam organisasi.

Nilai Perusahaan

Semua yang dilakukan melalui organisasi digunakan oleh pembeli sebagai keyakinan pendanaan olahraga yang terkait dengan harga inventaris, karena fakta booming organisasi harga menyarankan kinerja organisasi yang sesuai secara keseluruhan dalam kesejahteraan pemangku kepentingan organisasi (Irwan, 2018). Dalam mengukur harga organisasi, kontrol dapat menggunakan Tobin's Q karena fakta bahwa PBV menunjukkan harga saham organisasi yang menghargai pasar. Metode Tobin's Q adalah:

$$\text{Tobin's } Q = \frac{\text{MVE} + \text{DEBT}}{\text{TA}}$$

Dimana :

MVE = Market Value of Equity

DEBT = (Utang Lancar + utang jangka panjang)

TA = Total Aset

Tobin's Q = 1, nilai pasar merefleksikan asset yang tercatat suatu perusahaan.

Tata Kelola Perusahaan yang Baik merupakan perangkat hukum dan manipulasi perusahaan yang dapat dilihat dari mekanisme keterkaitan antara berbagai peristiwa yang mengendalikan organisasi (definisi yang sulit), selain itu juga dapat dilihat dari nilai-nilai yang terkandung di dalam mekanisme pengendalian itu sendiri (Effendi, 2020). Pengabdian Tata Kelola Perusahaan atau biasa disebut dengan *Good Corporate Governance* (GCG) adalah terkandung dalam misi Perusahaan, khususnya mengembangkan daya saing menarik pembeli dan emiten melalui pemberdayaan Anggota Bursa dan Partisipan, mengembangkan harga terkirim, kinerja harga, dan menegakkan tata

kelola yang sesuai. Manfaat penerapan Tata Kelola Perusahaan yang Baik dapat memberikan dampak yang luar biasa terhadap pengenalan transaksi perusahaan yang akuntabel, jujur, dan tidak memihak, di samping keandalan dan pengembangan statistik tingkat pertama kepada publik. Perhitungan Variabel *Good Corporate Governance* (GCG) dalam mengetahui keseluruhan peringkat GCG yang diterima melalui organisasi menggunakan metode berikut:

$$KM = \frac{\sum \text{Kepemilikansaham}}{\sum \text{jumlahsahamberedar}}$$

Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate Social Responsibility atau kewajiban sosial perusahaan yang timbul karena prinsip pemangku kepentingan yang menyatakan bahwa pemegang saham adalah prioritas utama, menimbulkan berbagai peristiwa yang juga berkepentingan, khususnya jaringan dan lingkungan sosial, menjadi terabaikan. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan adalah bentuk kewajiban perusahaan dengan tujuan untuk meningkatkan kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan karena olahraga operasional yang dilakukan melalui organisasi (Ismail, 2008). Menurut Global Reporting Initiative (GRI), untuk gelar Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, lembaga dapat menggunakan Indeks Pengungkapan Sosial Perusahaan (CSDI). Pendekatan yang digunakan untuk menentukan harga pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) dengan GRI-G4 dicapai melalui evaluasi laporan moneter, sosial, dan lingkungan organisasi. Dalam dokumen tahunannya selain dokumen keberlanjutan organisasi dengan indeks luas GRI-G4. Cara yang dilakukan adalah dengan menawarkan faktor1 jika organisasi mengungkapkan suatu objek pengungkapan CSR terutama didasarkan sepenuhnya pada indikator GRI-G4 dan menawarkan faktor nol bagi instansi yang tidak mengungkapkan CSR terutama didasarkan sepenuhnya pada indikator GRI-G4 indikator GRI-G4. Kemudian faktor pengungkapan disampaikan setelah itu dibagi melalui rentang item indikator, yaitu sembilan puluh satu agar rasio pengungkapan CSR diterima. Jika organisasi benar-benar mengungkapkan olahraga CSR, yang paling mahal adalah 1, dan harga minimal untuk pengungkapan CSR adalah nol.01. Metode pengungkapan CSR dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$CSRDI = \frac{\sum x_{ij}}{nj}$$

Keterangan:

CSRDI : Pengungkapan *Corporate Social Responsibility Index* perusahaan i periode t

$\sum x_{ij}$: Dummy variabel; 1 = jika 1 item diungkapkan, 0 = jika 1 item tidak diungkapkan, dengan demikian $0 \leq CSRDI \leq 1$.

Nj : jumlah item untuk perusahaam

Profitabilitas

Profit adalah kemampuan organisasi untuk menghasilkan pendapatan pada titik tertentu dalam jangka waktu tertentu pada tingkat pendapatan, properti, dan persentase modal tertentu. Profitabilitas suatu organisasi dapat dinilai dalam berbagai metode yang mengandalkan pendapatan dan properti atau modal sebagai cara yang baik untuk dibandingkan satu sama lain. Profitabilitas suatu organisasi akan berpengaruh pada pedoman pembeli pada investasi yang dilakukan. Potensi organisasi untuk menghasilkan pendapatan dapat menarik pembeli untuk melakukan investasi anggaran mereka dengan tujuan untuk memperbesar perusahaan mereka, dalam kasus lain tingkat profitabilitas yang rendah akan memotivasi pembeli untuk menarik anggaran mereka. Sedangkan untuk organisasi itu sendiri, profitabilitas dapat digunakan sebagai penilaian efektivitas

pengendalian entitas perusahaan. Asset Return Ratio (ROA) Fee of go back on property adalah rasio profitabilitas untuk mengevaluasi proporsil pendapatan (income) yang diterima melalui organisasi yang terkait dengan aset atau properti umum agar kinerja organisasi dalam mengatasi perpertinya dapat terlihat dari proporsi rasio ini. Metode Return on Assets Ratio adalah sebagai berikut.

$$[ROA = \text{Laba Bersih} : \text{Total Aset}]$$

METODE PENELITIAN

Metode Analisis

Penelitian ini berubah menjadi LQ empat puluh lima lembaga yang terindeks di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2019 - 2020. Pencipta menerima informasi dan statistik dari BEI (www.idx.co.id). Jenis informasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah informasi sekunder. Metode sampling studi terutama didasarkan sepenuhnya pada sampling evaluasi yang berguna, dengan tujuan memperoleh sampel yang memenuhi standar yang telah ditentukan. Metode yang digunakan adalah analisis deskriptif kuantitatif dengan cara mengumpulkan dan mengolah data dokumentasi dari IDX pada Tahun 2019-2020.

Dengan langkah sebagai berikut :

1. Statistika deskriptif
2. Partial Least Square (PLS)
 - 1) Model Pengukuran (*Outer Model*)
 - 2) Model struktural (*inner model*)
 - 3) *Path Coefficients*
 - 4) Analisis efek moderasi

Profitabilas dalam penelitian ini merupakan variabel yang diduga memperkuat atau memperlemah pengaruh ukuran perusahaan dan struktur modal terhadap nilai perusahaan. Variabel Profitabilas dapat dikatakan sebagai variabel moderasi akan dinyatakan signifikan apabila nilai t hitung lebih besar dari 1.669 dan nilai signifikannya < 0.05.

Adapun persamaan regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) $Y = \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 Z$
- 2) $Y = \beta_1 X_1 + \beta_3 Z + \beta_4 X_1 * Z$
- 3) $Y = \beta_2 X_2 + \beta_3 Z + \beta_5 X_2 * Z$

Keterangan :

Y : Variabel Dependen

X1 : Ukuran Perusahaan

X1 : Struktur Modal

Z : Corporate Social Responsibility

X1*Z : Interaksi Ukuran Perusahaan*CSR

X2*Z : Struktur Modal *CSR

$\beta_1 \beta_2 \beta_3 \beta_4 \beta_5$: Koefisien Regresi Berganda

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data deskriptif menawarkan garis besar sifat-sifat variabel studi yang ditemukan. Informasi yang diperoleh dari hasil evaluasi statistik deskriptif menegaskan harga terbaik (paling), harga terendah (minimal), umum (mean) dan penyimpangan luas dari setiap variabel yang diteliti, masing-masing variabel tidak bias, mapan dan moderator. Berikut ini adalah evaluasi statistik deskriptif yang menunjukkan kebangsaan dari variabel-variabel tersebut lihat di dalam desk berikut.

Tabel 1. Statistik Deskriptif

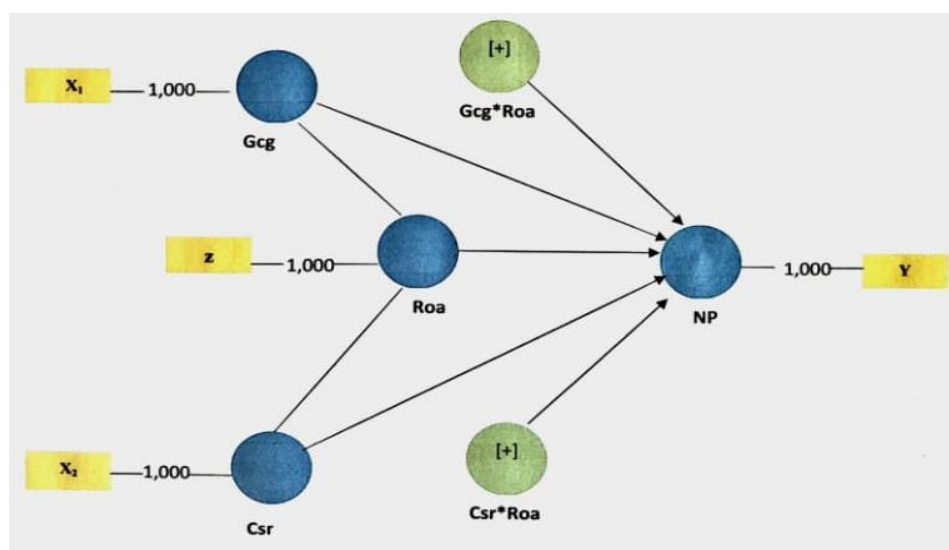
	N	Mean	Min	Max	Standard Deviation
GCG	66	403.834.970	0,006	924.331.457	300.350.075
CSR	66	322.011.322	32.967.033	538.461.538	150.976.636
NP	66	193.664.794	1,000	6.712.940.433	956.618.680
Profit	66	70.729.951	-28.639.262	986.467.688	12.664.182

Sumber: Data output smart PLS 3

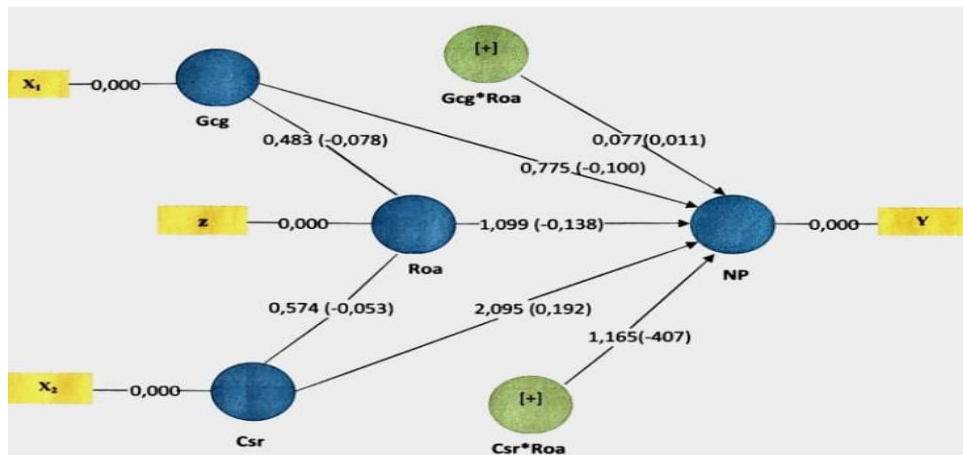
Menunjukkan bahwa selama ini melihat sampel yang diambil ada enam puluh enam sampel. Harga GCG minimal adalah 0,006 , harga tertinggi adalah 924.331.457 dengan median 403.834.970 . Harga CSR minimal 32.967.033 , harga tertinggi 538.461.538 , dan harga biasa 322.011.322 . Selain itu, harga organisasi yang diukur melalui Tobin's Q memiliki harga minimal 1.000 , harga tertinggi 6.712.940.433 dengan harga rata-rata 193.664.794 . sedangkan variabel intervening dianggap profitabilitas yang diukur melalui Return On Assets dengan harga minimal - 28.639.262 , sebagian besar 986.467.688 dengan median harga 70.729.951.

Hasil analisis *partial least square* (PLS)

Gambar 1 Hasil Output Outer Loading



Gambar 2 Hasil Output Bootstrapping



a. Konversi persamaan model pengukuran (*outer model*)

Dari gambar hasil menunjukkan bahwa semua variabel independen yaitu *good corporate governance* dan *corporate social responsibility* pertanda nilai 1, merupakan indikator tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen yaitu Nilai Perusahaan. Sedangkan Variabel dependen yaitu Nilai Perusahaan pertanda nilai 1, artinya indikator tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Nilai Perusahaan dan Begitu pula menggunakan Variabel moderasi yaitu *profitabilitas* membuktikan nilai 1, ialah indikator tadi berpengaruh secara signifikan terhadap variabel *profitabilitas*.

b. Konversi persamaan Inner Model (Model Struktural)

Konversi diagram jalur pada model ini adalah mengetahui bagaimana pengaruh variabel idenpenden (eksogen) terhadap variabel dependen (endogen) sebagaimana model dibawah ini:

$$(\text{Nilai perusahaan} = 0,100y_1 - 0,078y_2 + 0,192y_3 - 0,053y_4 - 0,138 Z)$$

- 1) Koefesien *Direct Effect Good Corporate Governance* terhadap *profitabilitas* sebesar 0,100 menyatakan bahwa *Good Corporate Governance* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini bisa diartikan perusahaan tidak baik penerapan *Good Corporate Governance* maka nilai perusahaan akan tidak mengalami peningkatan.
- 2) Koefesien *Direct Effect Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan sebesar 0,192 menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini bisa diartikan semakin perusahaan menyampaikan *Corporate Social Responsibility* maka nilai perusahaan perusahaan pula semakin semakin tinggi dan sebagai baik.
- 3) Koefesien *Direct Corporate Social Responsibility* dimoderasi *profitabilitas* sebanyak -0,053 menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Hal ini bisa diartikan perusahaan tidak mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* dengan baik maka nilai perusahaan perusahaan tidak akan mengalami peningkatan.
- 4) Koefesien *Direct Good Corporate Governance* dimoderasi *profitabilitas* sebanyak -0,078 menyatakan bahwa *Good Corporate Governance* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Hal ini bisa diartikan perusahaan tidak mengungkapkan *Good Corporate Governance* dengan baik maka nilai perusahaan perusahaan tidak akan mengalami peningkatan.

- 5) *Koefesien Direct Effect profitabilitas* terhadap nilai perusahaan sebanyak -0,138 menyatakan bahwa nilai perusahaan memiliki dampak negatif terhadap nilai perusahaan terhadap nilai perusahaan. Hal ini bisa diartikan tidak mengalami peningkatnya nilai perusahaan maka nilai perusahaan tidak akan mengalami peningkatan.

Hasil Uji Model Pengukuran (*Outer Model*)

Hasil uji model pengukurannya dengan indikator reflektif diuji atau dinilai dengan *convergent validity*, *discriminant validity*, dan *reability* buat beberapa *indicator*. Adapun contoh pengukuran dieksekusi menggunakan memakai *PLS Algorithm*.

1. Uji validitas

Pemeriksaan Validitas adalah pemeriksaan keakuratan atau keakuratan suatu alat ukur mengukur apa yang sedang diukur. Dalam hal ini, cek validitas konvergen berubah menjadi digunakan. Dalam validitas konvergen, lihat harga dari aspek pemuatan luar atau pemuatan.

Tabel 2 Outer Loadings

Variabel	Laoding Factor	CSR*ROA
CSR * ROA	1,000	Valid
GCG * ROA	1,143	Valid
GCG	1,000	Valid
CSR	1,000	Valid
NP	1,000	Valid
profit	1,000	Valid

Sumber:Data output smart PLS 3

Dari hasil checkoutput di atas, aspek pemuatan diterima selama setiap korelasi antara tanda-tanda penggunaan assemble memiliki harga satu ini berarti bahwa setiap tanda sah.

2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas Pengecekan reliabilitas dapat diartikan sebagai reliabilitas atau akurasi ukuran. Pengecekan reliabilitas dilakukan untuk melihat seberapa jauh konsistensi hasil dari sebuah tinjauan sementara itu jauh dicapai secara berulang-ulang. Semakin baik tingkat reliabilitas, semakin besar ketergantungan studi tersebut. Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh Reliabilitas Konstruk adalah sebagai berikut:

Tabel 3. Construct Reliability and Validity

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
<i>Corporate Social Responsibility (CSRDI)</i>	1,000	1,000
CSR*ROA	1,000	1,000
<i>Good Corporate Governance</i>	1,000	1,000
GCG*ROA	1,000	1,000
nilai perusahaan	1,000	1,000
profitabilitas (ROA)	1,000	1,000

a) *Convergent validity*

Sumber:Data output smart PLS 3

Validitas konvergen setiap indikator dalam mengukur variabel dibuktikan melalui dimensi aspek pembebanan. Suatu indikator dikatakan sah jika aspek pembebanan suatu ciri sangat besar dan lebih dari 0.7. Aspek loading yang diterima menunjukkan bahwa masing-masing tanda dari setiap variabel *Corporatel Social Responsibility (CSR)*, *Good Corporatel Governance (GCG)*,

Profitabilitas, Nilai Perusahaan memiliki nilai aspek loading yang lebih besar yaitu sebesar 0.7. penggunaan indikator ini dapat dinyatakan sah.

Hasil Uji Model struktural (*inner model*)

Setelah diketahui bahwa versi tersebut memiliki tingkat validitas dan reliabilitas yang luar biasa, maka dilakukan pengujian terhadap versi struktural (*inner model*). penilaian versi struktural penggunaan bootstrap PLS.

Tabel 4.R Square

Variabel	R Square	R Square Adjusted
NP	0,068	-0,009

Sumber: output smartPLS 3, 2022

Tabel di atas menunjukkan harga R-kuadrat nol.068, dan dari harga r-meja f = harga r-meja keempat adalah nol.3440. Kemudian harga R Square lebih kecil dari harga r-desk, hal ini berarti bahwa variabel tak bias tidak berpengaruh secara simultan terhadap variabel mapan. Oleh karena itu, dapat diasumsikan bahwa tata kelola perusahaan dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) yang sesuai tidak memiliki dampak simultan terhadap nilai organisasi

1. Hasil pengujian hipotesis

Pemeriksaan hipotesis digunakan untuk memeriksa hubungan antara variabel yang berkembang dalam versi penelitian, khususnya dampak variabel tidak bias pada variabel moderat pada variabel yang ditetapkan. Standar pemeriksaan bahwa jika harga t-statistik lebih dari harga t-desk, maka ada kekuatan di antara variabel yang mapan dan tidak bias. Pengecekan hipotesis dapat dilihat dengan data selanjutny:

Tabel 5. Path Coefficients

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
CSR-> NP	0,192	0,194	0,095	2,025	0,043
CSR*ROA -> NP	-0,407	-0,389	0,252	1,612	0,108
GCG -> NP	-0,100	-0,104	0,128	0,778	0,437
GCG*ROA -> NP	0,011	0,038	0,129	0,083	0,934

Sumber: output smartPLS 3, 2022

Berdasarkan Tabel 5 di atas, spekulasi utama menunjukkan bahwa tata kelola perusahaan yang sesuai memiliki harga organisasi dampak yang luar biasa besar. Hasil penelitian menegaskan bahwa harga T-statistik untuk variabel tata kelola perusahaan terbaik berubah menjadi 0.778, harga p berubah menjadi 0.437, dan harga meja-R berubah menjadi 0.3440. Hasil konfirmasi bahwa harga T-statistik berubah menjadi lebih kecil dari harga T-desk, harga p berubah menjadi 0.05, dan harga unik berubah menjadi 0.100. Hal ini menunjukkan bahwa variabel tata kelola perusahaan terbaik tidak memiliki dampak langsung yang besar, namun memiliki dampak harga organisasi yang luar biasa, sehingga spekulasi tersebut ditolak. **H₁ ditolak.**

Spekulasi ke-2 menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki dampak organisasi harga yang luar biasa besar. Hasil penelitian menegaskan bahwa Tstatistk price variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang diukur melalui pengungkapan CSR berubah menjadi 2,025, p-price berubah menjadi nol,043, dan harga R-desk berubah menjadi 0,3440. Hasil mengkonfirmasi

bahwa harga T-statistik berubah menjadi lebih dari harga T-desk, harga $p < 0.05$, dan harga unik 0.192. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) sekaligus memiliki dampak profitabilitas yang sangat besar, dan bersifat spekulasi yang khas. **H₂ diterima**

Hipotesis ketiga, menyatakan bahwa profitabilitas memiliki harga organisasi yang berdampak miring. Hasil penelitian menunjukkan bahwa p-price variabel profitabilitas adalah nol,257 dan harga R-desk adalah nol,3440. Hasil mengkonfirmasi bahwa harga-p berubah menjadi nol.05, dan harga unik berubah menjadi nol.138. Hal ini menunjukkan bahwa variabel profitabilitas memiliki dampak sesaat yang tidak signifikan, dan juga memiliki dampak yang mengerikan terhadap harga organisasi. **H₃ ditolak**

$$(Y = 0,192 X1 -0,407 X2 -0,138 Z)$$

Hipotesis ketiga menyatakan bahwa *good corporate governance* (GCG) memiliki harga organisasi yang berdampak miring melalui profitabilitas sebagai variabel moderating. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Good Corporate Governance* (GCG) melalui profitabilitas memiliki harga Tstatistik 0,083, harga p-0,934, dan harga R-desk 0,3440. Hasil mengkonfirmasi bahwa harga T-statistik berubah menjadi lebih dari harga R-desk, p-price < 0.05, dan uniqueprice 0.011. Hal ini menunjukkan bahwa tata kelola perusahaan yang sesuai (GCG) memiliki dampak miring melalui penggunaan profitabilitas sebagai variabel pemoderasi dan memiliki dampak yang dapat diabaikan terhadap harga organisasi, dan spekulasi tersebut ditolak. **H₄ ditolak**

$$(Y = -0,100 X1 -0,138 Z -0,407 X1*Z)$$

Spekulasi keempat menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki dampak miring terhadap harga organisasi dengan profitabilitas sebagai variabel moderating. Hasil penelitian menegaskan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) melalui profitabilitas memiliki R-deskprice sebesar 0,3440, p-price sebesar 0,108, dan T-deskprice sebesar 1,669. Hasil mengkonfirmasi bahwa harga T-statistik berubah menjadi lebih kecil dari harga R-desk dan p-harga nol.05, dan sinyal buruk awal berubah menjadi nol.407. Hal ini menunjukkan bahwa kewajiban sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility/CSR*) memiliki dampak miring melalui penggunaan profitabilitas sebagai variabel moderator memiliki dampak yang dapat diabaikan terhadap harga organisasi, sehingga spekulasi tersebut ditolak. **H₅ ditolak**

$$(Y = 0,192 X1 -0,138 Z -0,407 X2*Z)$$

Hipotesis keenam menunjukkan nilai R-squared sebesar 0,068, dan dari nilai r-tabel df = 4 nilai r-tabel sebesar 0,3440. Kemudian nilai R Square lebih kecil dari harga r meja, hal ini berarti bahwa variabel tak bias tidak berpengaruh secara simultan terhadap variabel mapan. Oleh karena itu, dapat diasumsikan bahwa tata kelola perusahaan dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang sesuai tidak berdampak secara simultan terhadap harga organisasi. **H₆ ditolak**

Pembahasan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan melalui peneliti berjudul Pengaruh Good Corporate Governance dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating. maka dapat didefinisikan sebagai berikut.

1. *Good Corporate Governance* tidak terpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.
Berdasarkan berbagai pengujian yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa Tata Kelola Perusahaan yang Baik tidak berdampak besar pada harga organisasi, hasil pemeriksaan variabel Tata Kelola Perusahaan yang Baik (GCG) menunjukkan bahwa panjang organisasi

sekarang tidak lagi berpengaruh pada harga organisasi. Untuk dampak terhadap harga organisasi, p -value adalah 0,437 > 0,05 dan harga unik adalah 0,100, sehingga dapat disimpulkan bahwa dampak Good Corporate Governance terhadap harga organisasi tidak selalu besar. Lembaga indeks LQ empat puluh lima yang terindeks di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2020 sekarang tidak lagi berpengaruh terhadap harga organisasi. Karena penerapan *corporate governance* (GCG) yang sesuai tidak selalu dapat menjamin peningkatan pandangan investor. Selain itu, pembeli tetap dianggap tidak lagi dianggap benar dalam penerapan GCG di Indonesia. Penerapan GCG di Indonesia harus lebih kredibel agar dapat dijadikan sebagai ciri bagi pembeli untuk melakukan pilihan pendanaan. Sesuai dengan standar GCG atau dapat dikatakan bahwa praktik GCG yang dilakukan melalui organisasi merupakan bentuk pemenuhan kewajiban organisasi yang dibebankan melalui otoritas, sehingga implementasi GCG tidak dilaksanakan secara maksimal. Investor juga percaya bahwa praktik GCG bukanlah faktor yang perlu dipertimbangkan ketika menilai perusahaan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian (Mukhtaruddin et al., 2019), Tanjung (2019) dan (Khasanah et al., 2020) Pengaruh GCG terhadap kinerja pasar secara keseluruhan memiliki kecenderungan yang cukup lama karena dikaitkan dengan sejauh mana keyakinan diri investor. Sebaliknya, penelitian yang dilakukan oleh (Permatasari, 2018) menunjukkan bahwa *Corporate Governance* (GCG) berdampak pada nilai perusahaan.

2. *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan

Berdasarkan beberapa pengujian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, hasil uji variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Untuk pengaruh terhadap nilai perusahaan didapatkan p -value 0,043 > 0,05 dan nilai asli 0,192. sehingga dapat disimpulkan bahwa pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan signifikan.

Berdasarkan berbagai pengujian yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki dampak harga organisasi yang besar, hasil dari variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) checkdisplay bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki dampak besar pada harga organisasi. Untuk dampak pada harga organisasi, harga p adalah 0,043 > 0,05 dan harga unik adalah 0,192. sehingga dapat disimpulkan bahwa pengaruh panjang organisasi terhadap harga organisasi adalah besar. Variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki dampak yang sangat besar terhadap harga lembaga indeks LQ empat puluh lima yang terindeks di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2020. Metode pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan melalui lembaga indeks LQ empat puluh lima yang terindeks di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2020 berdampak pada booming harga organisasi dan juga berdampak luar biasa terhadap harga organisasi. Hasil dari tinjauan ini adalah mampu membantu prinsip pemangku kepentingan bahwa organisasi tidak selalu bertanggung jawab sepenuhnya kepada pemilik, tetapi juga pada jaringan (masyarakat pemangku kepentingan), lembaga ingin memegang legitimasi pemangku kepentingan dan kerangka kerja cakupan dan pemilihan dengan tujuan untuk menjadi tujuan organisasi. Hasil ini menyiratkan bahwa organisasi dapat menjadi sangat unik dalam hal Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR), agar pemangku kepentingan dapat ditangkap dengan tepat. Inilah sebabnya mengapa *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki pengaruh yang luar biasa terhadap harga organisasi Panjaitan (2015) menunjukkan bahwa perusahaan kurang memperhatikan faktor non-keuangan seperti tanggung jawab sosial perusahaan. Hal ini terlihat dari kecilnya nilai pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Dapat dikatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) hanya opsional bagi sebagian besar perusahaan. Temuan penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Suwasono & Sridarta (2018) Astuti (2019) dan Permatasari (2018), Yusmaniarti et al., (2019) menyimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini bertentangan dengan

penelitian yang dilakukan oleh (Sabatini & Sudana, 2019) dan (Khasanah et al., 2020) yang mencatat bahwa *Corporatel Social Responsibility* (CSR) memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap nilai perusahaan.

3. Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap Nilai perusahaan

Berdasarkan berbagai pengujian yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa Profitabilitas sekarang tidak lagi memiliki dampak harga organisasi yang besar, hasil dari pemeriksaan variabel Profitabilitas menunjukkan bahwa panjang organisasi tidak lagi memiliki dampak harga organisasi yang besar. Untuk dampak terhadap harga organisasi, p -price 0.257 0.05, sehingga dapat disimpulkan bahwa pengaruh Profitabilitas terhadap harga organisasi tidak selalu besar. Profitabilitas adalah ciri kinerja organisasi secara keseluruhan, ini dipertimbangkan melalui pembeli sebagai aspek prinsip dalam mengukur biaya pendanaan kembali. Profitabilitas yang tinggi menunjukkan kinerja organisasi secara keseluruhan dan kemungkinan yang sesuai. Ketika pembeli memperoleh statistik yang sesuai (berita yang sesuai) pada kinerja keseluruhan organisasi, pembeli akan bereaksi melalui pembelian saham. Semakin besar pembeli yang tertarik, tingkat saham yang tercipta akan melonjak, dan ledakan di dalam tingkat persediaan akan membuat harga organisasi melonjak dengan baik. Penelitian ini konsisten dengan penelitian Suryati et. al. (2019), Khasanah et al. (2020), dan pujana (2016), (Yusmaniarti et al., 2021)

4. Profitabilitas tidak mampu memoderasi *Good Corporate Governance* terhadap Nilai perusahaan

Hasil uji hipotesis yang telah dilakukan menghasilkan pengujian menggunakan efek moderasi Profitabilitas untuk GCG terhadap nilai perusahaan dengan nilai p value Harga 0.934 yang lebih besar dari harga 0.05 besar yang tidak memiliki dampak besar organisasi harga yang diukur melalui Tobin's Q atau profitabilitas yang diukur melalui kembali ke properti tidak memiliki dampak yang besar sebagai variabel moderasi. Metode ini yang sesuai dengan tata kelola perusahaan tetap tidak dapat meningkatkan efektivitas pengendalian aset organisasi, yang mengakibatkan penurunan pendapatan, namun sekarang tidak lagi menghasilkan kinerja ekonomi yang lebih tinggi secara keseluruhan. Profitabilitas adalah hasil akhir dari beberapa pedoman dan pilihan yang dibuat melalui organisasi. Profitabilitas organisasi yang baik dapat meningkatkan kepercayaan diri investor dalam kapasitas organisasi untuk beroperasi, sehingga meningkatkan harga organisasi. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan melalui Khasanah et al. (2020), Zuni (2019), dan Suryati dan Gama (2019). Sebaliknya, penelitian yang dilakukan oleh (Permatasari, 2018) menunjukkan bahwa *Good Corporate Governance* (GCG) tidak berdampak pada nilai perusahaan.

5. Profitabilitas tidak mampu memoderasi *Corporate Social Responbility* terhadap Nilai perusahaan

Hasil dari pemeriksaan spekulasi yang telah dilakukan telah menyebabkan pemeriksaan penggunaan dampak moderat dari Profitabilitas CSR pada harga organisasi dengan harga nol,108 yang lebih tinggi dari harga besar nol,05, yang tidak memiliki dampak besar pada harga organisasi yang diukur melalui CSRDI atau profitabilitas yang diukur melalui kembali properti sebagai variabel moderator. Metode ini meskipun fakta bahwa *go back on property* organisasi berlebihan, sekarang tidak lagi berpengaruh pada efek kewajiban sosial perusahaan (CSR) pada harga organisasi jika pengungkapannya bisa sangat kecil (Khasanah et al., 2020) Selain itu jika melihat dalam jangka waktu tertentu, tentunya tanggung jawab sosial perusahaan dapat dirasakan atau menghasilkan manfaat jangka panjang, sehingga dalam penelitian ini profitabilitas tidak menjembatani dan mempengaruhi *corporate social responsibility* (CSR) Hubungan antara Nilai Perusahaan Suryati dan Gama (2019). Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Khasanah et al. (2020), Zuni (2019). Sebaliknya,

penelitian yang dilakukan oleh (Permatasari, 2018) menunjukkan bahwa corporate social responsibility (CSR) tidak berdampak pada nilai perusahaan.

6. Good Corporate Governance dan Corporate Social Responsibility tidak berpengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan
 Hasil uji hipotesis yang telah dilakukan menghasilkan pengujian nilai R-squared sebesar 0,068, dan dari nilai r-tabel df = 4 nilai r-tabel sebesar 0,3440. Kemudian nilai R Kuadrat lebih kecil dari harga r meja, ini berarti bahwa variabel tidak bias tidak memiliki dampak simultan pada variabel yang ditetapkan. Nilai R-Square variabel Nilai perusahaan sebesar 0,068 atau 6,8 %. Nilai tadi membuktikan bahwa variabel nilai perusahaan dapat dijelaskan dalam penelitian ini sebesar 6,8 % termasuk dalam kategori lemah artinya terdapat 93,2% faktor lain yang mempengaruhi nilai perusahaan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Pengolahan dan pembahasan data berdasarkan hasil pengujian hipotesis pengaruh *good corporate governance* dan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan, serta pengaruh *good corporate governance* dan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan variabel moderating profitabilitas (Studi Pada Perusahaan LQ 45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019 - 2020) bahwa *good corporate governance* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Semakin kecil predikat yang mengungkapkan tata kelola perusahaan yang baik, semakin besar dampaknya bagi investor dan karenanya pada nilai perusahaan. Begitu pula sebaliknya, semakin tinggi predikat pengungkapan *good corporate governance* maka akan berdampak pada semakin rendahnya nilai perusahaan. Variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan dan positif terhadap variabel nilai perusahaan. Temuan menunjukkan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan berdampak pada nilai perusahaan. Oleh karena itu, semakin baik kualitas CSR yang diungkapkan perusahaan, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan. *Good Corporate Governance* (GCG) berpengaruh tidak langsung signifikan terhadap nilai perusahaan atau profitabilitas dan terbukti menjadi variabel moderator yang signifikan, menunjukkan bahwa ROA dapat menjembatani dan mempengaruhi hubungan antara *Good Corporate Governance* (GCG) terhadap nilai perusahaan. *Corporate Social Responsibility* secara tidak langsung tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan melalui profitabilitas, dan return on assets digunakan sebagai variabel pemoderasi, yang menunjukkan bahwa return on assets tidak mempengaruhi hubungan antara *corporate social responsibility* dan nilai perusahaan.

Saran

Berdasarkan kesimpulan dan implikasi tersebut di atas, peneliti memberikan petunjuk berikutnya.

1. Pengendalian organisasi diprediksi dalam upaya untuk mewujudkan kesejahteraan pembeli melalui peningkatan harga organisasi, karena fakta meningkatnya harga organisasi dapat meningkatkan kepercayaan diri pemegang saham di dalam organisasi .
2. Diharapkan bahwa pengendalian organisasi dapat menerapkan pedoman tata kelola perusahaan yang sesuai dan meningkatkan kesadaran publik dan investor melalui paket kewajiban sosial perusahaan dan menyampaikan hasil yang lebih tinggi melalui pengungkapan yang bersih dan menyeluruh.
3. Peneliti selanjutnya dapat menemukan berbagai variabel yang dapat mempengaruhi harga organisasi, yang terdiri dari pilihan pendanaan, pilihan investasi, dan cakupan dividen.
4. Selanjutnya, Tata Kelola Perusahaan yang Baik tidak lagi hanya berasal dari hasil evaluasi diri, karena mungkin menawarkan hasil yang subjektif sehingga studi tambahan dapat menggunakan

ukuran yang berbeda yang terdiri dari Indeks Persepsi Tata Kelola Perusahaan yang berbeda yang terdiri dari berbagai dewan pengawas

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti zuni. (2019). *Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Good Corporate Governance Terhadap Nilai Variabel Moderasi (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017) GOOD CORPORATE GOVERNANCE TERHADAP NILAI VARIABEL M.*
- B. PERMATASARI. (2018). *Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Perusahaan Indonesia yang Terdaftar di LQ45 Tahun 2014-2017).*
- Effendi. (2020). *The Power of Good Corporate Governance teori dan implementasi edisi 2.* selempang empat.
- Hanum, L., Azra, F. I., & Areva, D. (2012). Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility (CSR) Sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI) Latifah Hanum , 2 Fefri Indra Azra , 3 Desi Areva Peng. *Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility(CSR) Sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI),* 1–7.
- Irwan. (2018). *All About Corporate Valuation* (jakarta). PT Elex Media Komputindo.
- Ismail. (2008). *corporate social responsibility from Charity to Sustainability.* selempang empat.
- Khasanah, I. D., Sucipto, A., Maulana, I., & Ibrahim, M. (2020). *Pengaruh corporate social responsibility (csr) dan good corporate governance (gcg) terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel intervening The influence of corporate social responsibility (CSR) and good corporate governance (GCG.* 17(1), 14–28.
- Mukhtaruddin, M., Ubaidillah, U., Dewi, K., Hakiki, A., & Nopriyanto, N. (2019). Good Corporate Governance, Corporate Social Responsibility, Firm Value, and Financial Performance as Moderating Variable. *Indonesian Journal of Sustainability Accounting and Management*, 3(1), 55. <https://doi.org/10.28992/ijSAM.v3i1.74>
- Panjaitan, M. J. (2015). Pengaruh Tanggungjawab Sosial Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Intervening dan Moderating (Studi Empris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI). *Jurnal Tekun*, 6(01), 54–81.
- Sabatini, K., & Sudana, I. P. (2019). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Nilai Perusahaan Dengan Manajemen Laba Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis*, 14(1), 56–69. <https://doi.org/10.24843/jiab.2019.v14.i01.p06>
- Suryati, Gama, dan A. (2019). *Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014 – 2016).* 17, 111–121.
- Suwasono, H., & Sridarta, Y. M. (2018). Pengaruh Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2014. *Media Akuntansi*, 30(01), 031–044. <https://doi.org/10.47202/mak.v30i01.77>
- Yusmaniarti, A. S., Khair, U., & Ratnawili, M. (2021). Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan , Solvabilitas Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Property Dan Real Estate Indonesia Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 9(2), 145–160. <https://doi.org/>
- Yusmaniarti, Setiorini, H., & Pitaloka, L. (2019). Pengaruh Good Corporate Governance, Profitabilitas, Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Property Dan Real Estate Indonesia. *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 3(4), 406–418.