

## **Pengaruh Profitabilitas (ROA) dan Leverage (DER) Terhadap Nilai Perusahaan (Tobin's Q) dengan Corporate Social Responsibility (CSR) Sebagai Variabel Intervening**

**Achmad Agus Yasin Fadli**

*Universitas Pamulang, Indonesia*

*Correspondence: dosen00949@unpam.ac.id*

### **Abstract**

The aims of this research is to examine (1) the influence of profitability to the CSR (2) the influence of leverage to the CSR (3) the influence of profitability to the firm value (4) the influence of leverage to the firm value (5) the influence of CSR to the firm value (6) the influence of profitability to the firm value through CSR (7) the influence of leverage to the firm value through CSR the manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange 2014-2018. The number of samples in the study were 18 companies obtained using the purposive sampling method based on predetermined criteria. The data used is secondary data in the form of annual report in the periode 2014-2019 taken from the site [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id). The data analysis technique used is descriptive statistic, classic assumption tests, multiple regression analysis tests and path analysis. The result of research showed that (1) profitability have a positive and significant impact on CSR (2) leverage have a positive and significant impact on CSR (3) profitability have a positive and significant impact on firm value (4) leverage have a positive and significant impact on firm value (5) CSR have a positive and significant impact on firm value (6) profitability have not effect on firm value through CSR (7) leverage have not effect on firm value through CSR.

**Keywords:** Profitability; Leverage; Firm Value; Corporate Social Responsibility

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji (1) pengaruh profitabilitas terhadap CSR (2) pengaruh leverage terhadap nilai perusahaan (3) pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan (4) pengaruh leverage terhadap nilai perusahaan (5)

penaruh CSR terhadap nilai perusahaan (6) pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan melalui CSR (7) pengaruh leverage terhadap nilai perusahaan melalui CSR pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI 2014-2019. Jumlah sampel dalam penelitian adalah 15 perusahaan yang diperoleh dengan menggunakan metode purposive sampling berdasarkan kriteria yang telah ditentukan. Data yang digunakan merupakan data sekunder yang berupa laporan tahunan pada periode 2014-2018 yang diambil dari situs [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id). Teknik analisis data yang digunakan adalah statistik deskriptif, uji asumsi klasik dan uji analisis regresi linier berganda dan analisis jalur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap CSR (2) leverage berpengaruh positif dan signifikan terhadap CSR (3) profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (4) leverage berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (5) CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (6) profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan melalui CSR (7) leverage tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan melalui CSR.

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

---

## Pendahuluan

Suatu cabang industri yang mengaplikasikan mesin, peralatan dan tenaga kerja serta suatu medium proses untuk mengubah bahan mentah menjadi barang jadi untuk dijual yaitu perusahaan manufaktur. *Manufacturing* dalam ekonomi pasar bebas berarti produksi secara massal untuk dijual ke pelanggan untuk mendapatkan keuntungan. Keadaan ini menunjukkan bahwa perusahaan manufaktur mempunyai peran yang cukup dominan dalam perekonomian Indonesia maka terjadi kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan sekitar. Hal ini dikarenakan muncul kesadaran dari perusahaan swasta dalam mengurangi dampak negatif tersebut yaitu dengan mengembangkan *corporate social responsibility* (CSR) dan meningkatkan nilai perusahaan sebagai komitmen perusahaan memikat daya tarik dan meningkatkan kepercayaan investor untuk berinvestasi di suatu perusahaan.

Tanggung jawab sosial sering dianggap inti dari etika bisnis bahwa perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban-kewajiban ekonomi dan

legal (artinya kepada pemegang saham atau *stakeholder*) saja tetapi tanggung jawab sosial dari perusahaan merujuk pada semua hubungan yang terjadi antara sebuah perusahaan dengan semua *stakeholder* termasuk di dalamnya adalah pelanggan, pegawai, komunitas, pemilik atau investor dan pemerintah. Manfaat yang dapat diperoleh perusahaan setelah melaksanakan kegiatan *corporate social responsibility* (CSR) pertama perusahaan akan terhindar dari adanya reputasi negatif sebagai perusak lingkungan yang hanya mengejar keuntungan jangka pendek, kedua perusahaan akan mendapatkan rasa hormat dari masyarakat yang membutuhkan perusahaan seperti karyawan dan pelanggan, dan ketiga perusahaan akan terhindar dari gangguan lingkungan sekitar sehingga perusahaan akan terus menjalankan operasi bisnisnya dengan lancar serta tujuan utama perusahaan akan dapat menjamin kelangsungan hidup usahanya untuk jangka panjang (Kamaludin dan Indriani, 2012).

Perusahaan yang memiliki nilai perusahaan yang baik akan meningkatkan daya tarik dan kepercayaan investor untuk berinvestasi di suatu perusahaan, nilai perusahaan akan menjadi lebih baik apabila perusahaan melaksanakan CSR, sehingga masyarakat dan khususnya investor menilai bahwa perusahaan bertanggungjawab atas dampak yang ditimbulkan dari kegiatan operasionalnya. Setiap perusahaan pasti mempunyai karakteristik atau ciri khas yang menggambarkan perusahaan tersebut. Karakteristik perusahaan adalah ciri khas yang melekat dalam suatu entitas usaha yang dapat dilihat dari berbagai segi diantaranya profitabilitas dan *leverage* (Isnaini dan Kurnia, 2017).

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba. Wijaya dan Sedana (2015) menjelaskan bahwa profitabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan mendapatkan laba melalui semua kemampuan dan sumber daya yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal jumlah karyawan, jumlah cabang, dan lain sebagainya. Tingginya profitabilitas perusahaan dapat mempengaruhi pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan dan meningkatkan nilai perusahaan. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Wulandari dan Zuhaimi (2017) bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap *corporate social responsibility* (CSR) dan Ayu dan Suarjaya (2017) profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan

terhadap nilai perusahaan, hal ini menemukan bahwa semakin tinggi profitabilitas perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan. Profitabilitas merupakan indikator yang sering digunakan investor untuk melihat nilai perusahaan. Dalam penelitian ini, rasio profitabilitas akan diproksikan dengan rasio *return on assets* (ROA).

*Leverage* merupakan gambaran kemampuan suatu perusahaan dalam memenuhi dan menjaga kemampuannya untuk selalu mampu memenuhi kewajibannya dalam membayar utang secara tepat waktu (Fahmi, 2014). Hasil penelitian yang dikukan oleh Saputra (2016) bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap *corporate social responsibility* (CSR), hal ini mengisyaratkan bahwa semakin besar komposisi aliran dana yang bersumber dari hutang akan mendorong peningkatan jumlah pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR). *Leverage* dapat meningkatkan nilai perusahaann, sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh Pratama dan Wiksuana (2016). Untuk mengukur *leverage*, dalam penelitian ini diproksikan dengan rasio *debt to equity ratio* (DER).

Penelitian ini mengeksplorasi bagaimana pengaruh Profitabilitas (ROA) dan *Leverage* (DER) Terhadap Nilai Perusahaan (Tobin's Q) dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai Variabel *Intervening* melalui studi empiris pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2014-2019.

## LandasanTeori

### Profitabilitas

Profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk mendapatkan laba (keuntungan) dalam suatu periode tertentu. Ukuran profitabilitas dapat dibagi menjadi berbagai indikator, seperti laba operasi, laba bersih, tingkat pengembalian investasi atau aset, dan tingkat pengembalian ekuitas pemilik (Ernawati dan Widyawati, 2015).

Untuk mengukur profitabilitas perusahaan, dapat menggunakan rasio keuangan *Return On Asset* (ROA). *Return on Asset* (ROA) merupakan salah satu rasio untuk mengukur profitabilitas perusahaan, yaitu dengan membagi laba bersih dengan rata-rata total aktiva (Almar dkk, 2012).

## Leverage

Menurut Harahap (2015) rasio *leverage* merupakan rasio yang mengukur seberapa jauh perusahaan dibiayai oleh kewajiban atau pihak luar dengan kemampuan perusahaan yang digambarkan oleh ekuitas. Setiap penggunaan utang oleh perusahaan akan berpengaruh terhadap rasio dan pengembalian.

Untuk mengukur *leverage* perusahaan, dapat menggunakan rasio keuangan *Debt to Equity Ratio* (DER). Menurut kasmir (2017) *Debt to Equity Ratio* (DER) digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menutup sebagian atau seluruh hutangnya baik jangka panjang maupun jangka pendek dengan dana yang berasal dari total modal dibandingkan besarnya hutang.

## Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan kinerja perusahaan yang dicerminkan oleh harga saham yang dibentuk oleh permintaan dan penawaran di pasar modal yang merefleksikan penilaian masyarakat terhadap kinerja perusahaan (Harmono, 2017).

Salah satu indikator pengukuran yang menggunakan metode pendekatan harga saham yaitu rasio Tobin's Q. Tobin's Q merupakan gambaran statistik yang berfungsi sebagai proksi dari nilai perusahaan dari perspektif investor. Nilai Tobin's Q dihasilkan dari penjumlahan nilai pasar saham (*market value of all outstanding stock*) dan nilai pasar hutang (*market value of all debt*), dibandingkan dengan nilai seluruh modal yang ditempatkan dalam aktiva produksi (*replacement value of all production capacity*) (Fauziah, 2017).

## Corporate Social Responsibility (CSR)

Ajilaksana (2011) *Corporate Social Responsibility* merupakan salah satu bentuk bentuk *sustainability reporting* yang memberikan keterangan tentang berbagai aspek-aspek perusahaan mulai dari aspek sosial, lingkungan dan keuangan sekaligus yang tidak dapat dijelaskan secara tersirat oleh suatu laporan keuangan perusahaan saja. Lebih jauh, dalam *Corporate Social Responsibility* yang diungkapkan, perusahaan dalam

menjelaskan tentang aspek Ekonomi, Lingkungan, Tenaga Kerja, Hak Asasi Manusia, Sosial, dan Tanggung Jawab Produk.

Menurut Haniffa et., al. (2005) dalam Nussy (2014) rumus untuk menghitung pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah sebagai berikut :

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

Keterangan :

CSRDI<sub>j</sub> : *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* perusahaan j

n<sub>j</sub> : jumlah item untuk perusahaan j, n<sub>j</sub> ≤ 91

X<sub>ij</sub> : dummy variabel : 1 = jika item i diungkapkan; 0 = jika item i tidak diungkapkan.

### **Pengaruh Profitabilitas (ROA) terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR)**

Profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk mendapatkan laba (keuntungan) dalam suatu periode tertentu. Ukuran profitabilitas dapat dibagi menjadi berbagai indikator, seperti laba operasi, laba bersih, tingkat pengembalian investasi atau aset, dan tingkat pengembalian ekuitas pemilik (Ernawati dan Widyawati, 2015).

Hubungan pengaruh profitabilitas dan *corporate social responsibility* adalah semakin tinggi profitabilitas perusahaan maka akan lebih banyak melaksanakan tanggung jawab sosial, karena biaya yang dikeluarkan untuk melaksanakan aktivitas CSR diperoleh dari laba yang didapatkan perusahaan. Sehingga, banyak sedikitnya kegiatan CSR didasarkan oleh profit perusahaan (Isnaini dan Kurnia, 2017). Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Ayu dan Suarjaya (2017) yang menyatakan profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap CSR.

### **Pengaruh Leverage (DER) terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR)**

Perusahaan dikatakan baik apabila perusahaan tersebut mempunyai ekuitas lebih tinggi dibanding liabilitasnya. Perusahaan yang

mempunyai tingkat *leverage* tinggi berarti sangat tergantung pada pinjaman luar untuk membiayai asetnya. Sedangkan perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* yang lebih rendah lebih banyak membiayai asetnya dengan modal sendiri. Perusahaan yang berisiko tinggi biasanya berusaha untuk meyakinkan kreditur dengan pengungkapan informasi lebih detail seperti pengungkapan tanggung jawab sosial. Tambahan informasi diperlukan untuk menghilangkan keraguan terhadap dipenuhinya hak-hak kreditur. Oleh karena itu, perusahaan dengan *leverage* yang lebih tinggi memiliki kewajiban mengungkapkan tanggung jawab sosial dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki *leverage* yang rendah.

Penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Ruroh dan Latifah (2018), yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *corporate social responsibility* (CSR).

### **Pengaruh Profitabilitas (ROA) terhadap Nilai Perusahaan (Tobin's Q)**

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dan mengukur tingkat efisiensi operasional dan efisiensi dalam menggunakan harta yang dimilikinya. Investor yang menanamkan saham pada suatu perusahaan tentunya mempunyai tujuan untuk mendapatkan *return*, dimana semakin tinggi kemampuan perusahaan menghasilkan laba, maka semakin besar pula *return* yang diharapkan investor sehingga mengakibatkan nilai perusahaan meningkat (Meidiawati dalam Yanti dan Darmayanti, 2019).

Penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Wijaya dan Sedana (2015) yang menyatakan profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini disebabkan perusahaan yang mengalami peningkatan laba mencerminkan bahwa perusahaan mempunyai kinerja yang baik, sehingga menimbulkan sentimen positif dari investor dan dapat membuat harga saham mengalami peningkatan, meningkatnya harga saham di pasar berarti meningkat pula nilai perusahaan di mata investor.

## **Pengaruh *Leverage* (DER) terhadap Nilai Perusahaan (Tobin's Q)**

*Leverage* merupakan kebijakan pendanaan yang berkaitan dengan keputusan perusahaan dalam membiayai perusahaan. Perusahaan yang menggunakan hutang mempunyai kewajiban atas beban bunga dan beban pokok pinjaman. Pengguna hutang (*external financing*) memiliki resiko yang cukup besar atsa tidak terbayarnya hutang, sehingga penggunaan hutang perlu memperhatikan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba (Prasetyorini dalam Pratama dan Wiksuana, 2016).

Penelitian yang dilakukan oleh Devianasari dan Suryantini (2015) menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini karena keputusan stuktur modal yang efektif dapat merendahkan biaya modal yang dikeluarkan oleh perusahaan. Keuntungan perusahaan menggunakan hutang yaitu bunga yang dibayarkan dapat dipotong untuk tujuan pajak, sehingga menurunkan biaya efektif dari hutang. Dengan adanya perencanaan yang matang dalam menentukan struktur modal, diharapkan perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan dan lebih unggul dalam menghadapi persaingan bisnis.

## **Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan (Tobin's Q)**

Tujuan perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan. Pada umumnya, nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh *fiனால் factor*. Faktor finansial dapat mencerminkan tentang bagaimana perusahaan memperoleh dana serta mengalokasikan dana tersebut, sehingga dalam penggunaannya dapat menguntungkan perusahaan. Namun saat ini, dalam menilai kinerja perusahaan tidak hanya dinilai dari faktor finansial saja, faktor non finansial juga memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap kinerja perusahaan yang berdampak pada nilai perusahaan tersebut. Faktor non finansial yang dimaksud yaitu *corporate social responsibility* (CSR). CSR merupakan salah satu faktor non finansial yang perlu dipertimbangkan oleh manajemen dalam meningkatkan nilai perusahaan. Pada saat ini pengaplkasikan CSR bagi perusahaan tidak hanya dianggap sebagai biaya, tetapi juga merupakan investasi bagi perusahaan (Zahra dkk, 2019).



Pelaksanaan *corporate social responsibility* (CSR) berperan penting dalam meningkatkan nilai perusahaan sebagai hasil peningkatan penjualan dan profitabilitas melalui loyalitas konsumen yang terbangun dengan cara pelaksanaan kegiatan sosial di lingkungannya. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Puspitasari dan Ermayanti (2019) menyatakan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Semakin besar pelaksanaan CSR dilakukan oleh perusahaan, maka semakin meningkat pula nilai perusahaan.

### **Pengaruh Profitabilitas (ROA) terhadap Nilai Perusahaan (Tobin's Q) melalui *Corporate Social Responsibility* (CSR)**

Nilai perusahaan dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya profitabilitas dan CSR. Semakin tinggi profitabilitas, maka semakin tinggi pula kedudukan nilai perusahaan di mata investor. Pelaporan informasi terkait peningkatan profitabilitas dan pengungkapan CSR yang lebih luas akan memberikan dampak pada kualitas pada laporan keuangan perusahaan, dimana laporan tersebut sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan berinvestasi bagi investor (Ayu dan Suarjaya, 2017).

Penelitian yang dilakukan oleh Riniyanti dkk (2019) mengatakan pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dapat melalui *corporate social responsibility* (CSR). Dengan semakin tingginya tingkat profitabilitas perusahaan maka akan semakin besar pengungkapan informasi sosial yang dilakukan perusahaan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa, *corporate social responsibility* (CSR) akan meningkatkan nilai perusahaan pada saat profitabilitas perusahaan meningkat.

### **Pengaruh *Leverage* (DER) terhadap Nilai Perusahaan (Tobin's Q) melalui *Corporate Social Responsibility* (CSR)**

Pembiayaan perusahaan dengan menggunakan hutang (*leverage*) diharapkan meningkatkan pertanggungjawaban sosial perusahaan. Dana yang diperoleh melalui hutang diharapkan dapat dikelola dengan baik dengan harapan menghasilkan arus dana pada masa yang akan datang dalam jumlah yang lebih besar dari pada jumlah dana yang dilepaskan (Solikhah dkk dalam Rahmazaniati dkk 2014). Pelaksanaan CSR akan berpengaruh pada nilai perusahaan. Perusahaan akan mempunyai citra

positif di masyarakat karena memiliki kepedulian terhadap lingkungan yang dapat dilihat dari aktivitas CSR. Selain itu, suatu perusahaan yang melakukan kegiatan tanggung jawab sosial dan melaporkannya dalam *sustainability reporting*, akan menaikkan nilai perusahaan karena pemegang saham dan pelaku pasar merespon positif kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan yang telah bertanggung jawab pada lingkungan dan masyarakat sosial. Selain harga saham yang mengalami kenaikan, volume perdagangan saham juga akan meningkat yang disebabkan karena kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan menarik investor dalam berinvestasi (Isnaini dan Kurnia, 2017).

Dengan peningkatan *leverage* perusahaan, perusahaan dapat menggunakan dananya dengan bijak, agar dana yang diolah perusahaan digunakan baik dalam investasi finansial maupun non finansial. Dalam hal ini investasi non finansial yaitu digunakan untuk pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan, yang diharapkan membangun citra positif bagi perusahaan oleh masyarakat dan berdampak pula bagi peningkatan nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Riniyanti dkk (2019), menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan melalui *corporate social responsibility* (CSR). Tetapi penelitian yang dilakukan oleh Atmaja dan Astika (2018) mengatakan bahwa *corporate social responsibility* (CSR) tidak dapat memediasi pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan.

### **Metode Penelitian**

Penelitian yang dilakukan penulis adalah dengan pendekatan kuantitatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2014-2019. Dalam penelitian ini, penentuan sampel ditentukan dengan metode *purposive sampling*, yaitu pengumpulan data dengan menggunakan syarat dan kriteria, terdapat 15 perusahaan manufaktur yang dijadikan sampel dalam penelitian ini. Data penelitian ini, data yang digunakan merupakan data sekunder yang diperoleh dari website Bursa Efek Indonesia ([www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)) untuk periode 2014-2019, dan sumber-sumber lain yang penulis peroleh dari beberapa buku, jurnal, dan hasil penelitian yang berhubungan dengan penelitian ini. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan statistik deskriptif, uji asumsi klasik

dan uji regresi linier berganda, analisis jalur (*path analysis*) dan uji hipotesis. Analisis data yang diperoleh dalam penelitian ini menggunakan aplikasi perangkat lunak pengelolaan angka yaitu *Statistical Product and Service Solution* (SPSS) versi 26.

## Hasil Penelitian

### Analisis Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif bertujuan untuk mengetahui gambaran variabel-variabel yang diukur dalam penelitian. Berdasarkan tabel deskriptif, dari 15 perusahaan yang menjadi sampel, variabel profitabilitas (ROA) memiliki nilai minimum sebesar 0,0009, nilai maksimum sebesar 0,4666, nilai *mean* sebesar 0,134507 dan nilai standar deviasi sebesar 0,1014346, variabel *leverage* (DER) memiliki nilai minimum sebesar 0,16, nilai maksimum sebesar 2,91, nilai *mean* sebesar 0,6188 dan nilai standar deviasi sebesar 0,57186, variabel nilai perusahaan (Tobin's Q) memiliki nilai minimum sebesar 0,15, nilai maksimum sebesar 23,29, nilai *mean* sebesar 3,1398 dan nilai standar deviasi sebesar 4,50948, dan variabel CSR memiliki nilai minimum sebesar 0,0549, nilai maksimum sebesar 0,3736, nilai *mean* sebesar 0,178636 dan nilai standar deviasi sebesar 0,0720201.

### Uji Asumsi Klasik

#### *Uji Normalitas*

Uji normalitas data dalam penelitian ini dilakukan dengan uji Kolmogorov-Smirnov (K-S).Asymp. Sig. (2 tailed) pada hasil uji Kolmogorov-Smirnov pada persamaan I sebesar 0,200 dan pada persamaan II sebesar 0,200. Nilai tersebut di atas 0,05 dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal dan model regresi dapat digunakan untuk pengujian berikutnya.

#### *Uji Autokolerasi*

Uji autokolerasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linier ada kolerasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Dalam penelitian ini, uji autokolerasi dilakukan dengan *Durbin-Watson*. Dari uji *Durbin-Watson*, maka dapat diketahui nilai DW pada persamaan I sebesar

0,6570 dan nilai DW pada persamaan II sebesar 0,678. Menurut Santoso dalam Wisudaningsi dkk (2019) nilai DW diantara -2 dan +2 tidak terdapat gejala autokolerasi, maka dapat disimpulkan model regresi dalam persamaan I dan II tidak terdapat gejala autokolerasi.

### *Uji Heteroskedastisitas*

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual atau pengamatan ke pengamatan yang lain. Dalam penelitian ini, uji heteroskedastisitas menggunakan uji koefisien kolerasi Rank Spearman . Jika nilai signifikan antara variabel independen dengan absolute residual lebih dari 0,05 maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas. Dalam penelitian ini uji heteroskedastisitas dalam persamaan I diketahui nilai sig untuk variabel profitabilitas (ROA) sebesar 0,527 dan variabel *leverage* (DER) sebesar 0,395 serta pada persamaan II nilai sig variabel profitabilitas (ROA) sebesar 0,337, variabel *leverage* (DER) sebesar 0,345, dan variabel CSR sebesar 0,136. Dapat disimpulkan hasil uji heteroskedastisitas dari model persamaan I dan II, seluruh nilai sig di atas 0,05, maka ke dua model persamaan tersebut dari penelitian ini tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

### *Uji Multikolinieritas*

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi diteukan adanya kolerasi antar variabel bebas atau independen. Untuk mendeteksi gejala multikolinieritas dapat dilakukan dengan besaran VIF (*Variance Inflation Factor*) dan nilai *tolerance*. Pedoman suatu model regresi yang bebas dari multikolinieritas adalah mempunyai nilai VIF kurang dari 10 dan nilai *tolerance* lebih dari 0,10. Berdasarkan uji multikolinieritas pada model regresi penelitian ini, pada persamaan I variabel profitabilitas (ROA) dan *leverage* (DER) mempunyai nilai *tolerance* 0,835 > 0,10 dan nilai VIF 1,198 < 10 dan pada persamaan II variabel Profitabilitas (ROA) memiliki nilai *tolerance* 0,537 > 0,10 dan nilai VIF 1,862 < 10, variabel *Leverage* (DER) memiliki nilai *tolerance* 0,767 > 0,10 dan nilai VIF 1,305 < 10, dan variabel CSR memiliki nilai *tolerance* 0,504 > 0,10 dan nilai VIF 1,986 < 10. Sehingga dapat disimpulkan dalam penelitian ini tidak terjadi gejala multikolinieritas.

## Pembahasan

### Hasil Uji Regresi Linier Berganda

#### *Uji Regresi Linier Berganda Persamaan I*

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda variabel dependen CSR, maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :

$$\text{CSR (Z)} = 0,105 + 0,410X_1 + 0,029X_2 + e$$

Berdasarkan persamaan di atas diketahui konstanta sebesar 0,105 artinya apabila semua variabel independen itu sama dengan nol, maka CSR perusahaan sebesar 0,105. Selanjutnya koefisien profitabilitas (ROA) sebesar 0,410 artinya setiap kali penambahan 1 poin maka CSR perusahaan akan naik sebesar 0,410. Kemudian koefisien *leverage* (DER) sebesar 0,029 artinya bahwa setiap penambahan 1 poin maka CSR perusahaan akan naik sebesar 0,029.

#### *Uji Regresi Linier Berganda Persamaan II*

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda variabel dependen Nilai Perusahaan (Tobin's Q), maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :

$$\text{Tobin's Q (Y)} = -3,964 + 13,474X_1 + 4,072X_2 + 15,671Z + e$$

Berdasarkan persamaan di atas diketahui konstanta sebesar -3,964 artinya apabila semua variabel independen itu sama dengan nol, maka nilai perusahaan (Tobin's Q) perusahaan sebesar -3,964. Selanjutnya koefisien profitabilitas (ROA) sebesar 13,474 artinya setiap kali penambahan 1 poin maka nilai perusahaan akan naik sebesar 13,474, koefisien *leverage* (DER) sebesar 4,072 artinya setiap kali penambahan 1 poin maka nilai perusahaan akan naik sebesar 4,072, serta koefisien CSR sebesar 15,671 artinya setiap kali penambahan 1 poin maka nilai perusahaan (Tobin's Q) akan naik sebesar 15,671.

## Hasil Uji Hipotesis

### Uji t (parsial)

#### a. Uji t persamaan I

Tabel 1 Uji t Persamaan I

Model		Coefficients <sup>a</sup>		Standardized Coefficients	t	Sig.
		Unstandardized Coefficients	Std. Error			
	B			Beta		
1	(Constant)	,105	,010		10,926	,000
	ROA (X1)	,410	,059	,578	6,942	,000
	DER (X2)	,029	,010	,231	2,778	,007

Sumber : Output SPSS 26

Berdasarkan tabel 1 uji t pada persamaan I, t tabel dapat dilihat pada tabel statistik dengan signifikansi  $0,05/2 = 0,025$  dengan nilai  $df\ n-k$  atau  $90-3 = 87$ , hasil t tabel 1,98761. Variabel profitabilitas (ROA) memiliki nilai t hitung 6,942. Dimana nilai t tabel  $1,98761 < t$  hitung 6,942 dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  sehingga H1 diterima yang artinya profitabilitas (ROA) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *corporate social responsibility* (CSR) serta variabel *leverage* (DER) memiliki nilai t hitung 2,778. Dimana nilai t tabel  $1,98761 < t$  hitung 2,778 dan nilai signifikansi  $0,007 < 0,05$  sehingga H2 diterima yang artinya *leverage* (DER) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *corporate social responsibility* (CSR).

#### b. Uji t Persamaan II

Tabel 2. Uji t Persamaan II

Model		Coefficients <sup>a</sup>		Standardized Coefficients	t	Sig.
		Unstandardized Coefficients	Std. Error			
	B			Beta		
1	(Constant)	-3,964	,643		-6,165	,000
	ROA (X1)	13,474	3,189	,303	4,225	,000
	DER (X2)	4,027	,473	,511	8,504	,000
	CSR (Z)	15,671	4,639	,250	3,378	,001

Sumber : Output SPSS 26

Berdasarkan tabel 2 uji t pada persamaan II, t tabel dapat dilihat pada tabel statistik dengan signifikansi  $0,05/2 = 0,025$  dengan nilai df n-k atau  $90-4 = 86$ , hasil t tabel 1,98793. Variabel profitabilitas (ROA) memiliki nilai t hitung 4,225. Dimana nilai t tabel  $1,98793 < t$  hitung 4,225 dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  sehingga H3 diterima yang artinya profitabilitas (ROA) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (Tobin's Q). Variabel *leverage* (DER) memiliki nilai t hitung 8,504. Dimana nilai t tabel  $1,98793 < t$  hitung 8,504 dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  sehingga H4 diterima yang artinya *leverage* (DER) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (Tobin's Q). Variabel *corporate social responsibility* (CSR) memiliki nilai t hitung 3,378. Dimana nilai t tabel  $1,98793 < t$  hitung 3,378 dan nilai signifikansi  $0,001 < 0,05$  sehingga H5 diterima yang artinya *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (Tobin's Q).

*Uji F (simultan)*

a. Uji F Persamaan I

Tabel 3. Uji F Persamaan I

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	,229	2	,115	42,892	,000 <sup>b</sup>
	Residual	,232	87	,003		
	Total	,462	89			

Sumber : *Output SPSS 26*

Berdasarkan tabel 3 diperoleh F hitung 42,892 dan nilai signifikansi 0,000. F tabel dapat dilihat pada tabel statistik pada tingkat signifikansi 0,05 dengan df 1 (jumlah variabel-1) atau  $3-1 = 2$ , dan df (n-k-1) atau  $90-2-1 = 87$  (n adalah jumlah data, k adalah jumlah variabel independen). Hasil diperoleh F tabel sebesar 3,10. Sehingga F hitung  $42,892 > F$  tabel 3,10 dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ , maka dapat disimpulkan profitabilitas (ROA) dan *leverage* (DER) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap *corporate social responsibility* (CSR).

b. Uji F Persamaan II

Tabel 4. Uji F Persamaan II

		ANOVA <sup>a</sup>				
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1379,691	3	459,897	91,944	,000 <sup>b</sup>
	Residual	430,163	86	5,002		
	Total	1809,855	89			

Sumber : *Output SPSS 26*

Berdasarkan tabel 4 diperoleh F hitung 91,944 dan nilai signifikansi 0,000. F tabel dapat dilihat pada tabel statistik pada tingkat signifikansi 0,05 dengan df 1 (jumlah variabel-1) atau  $4-1=3$ , dan df  $(n-k-1)$  atau  $90-3-1=86$  (n adalah jumlah data, k adalah jumlah variabel independen). Hasil diperoleh F tabel sebesar 2,71. Sehingga F hitung  $91,944 > F$  tabel 2,71 dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ , maka dapat disimpulkan profitabilitas (ROA), *leverage* (DER) dan *corporate social responsibility* (CSR) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap nilai perusahaan (Tobin's Q).

*Uji R<sup>2</sup> (Koefisien Determinasi)*

a. Uji R<sup>2</sup> (Koefisien Determinasi) Persamaan I

Tabel 5 Uji Koefisien Determinasi Persamaan I

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,705 <sup>a</sup>	,496	,485	,0516888

Sumber : *Output SPSS 26*

Berdasarkan tabel 4.5 dapat diketahui bahwa koefisien determinasi sebesar 0,485 atau 48,5%. Hal ini berarti bahwa hasil regresi mampu menjelaskan pengaruh variabel profitabilitas (ROA) dan leverage (DER) terhadap *corporate social responsibility* (CSR) sebesar 48,5% dan sisanya 51,5% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak masuk dalam model penelitian ini.



b. Uji R<sup>2</sup> (Koefisien Determinasi) Persamaan II

Tabel 6 Uji Koefisien Determinasi Persamaan II

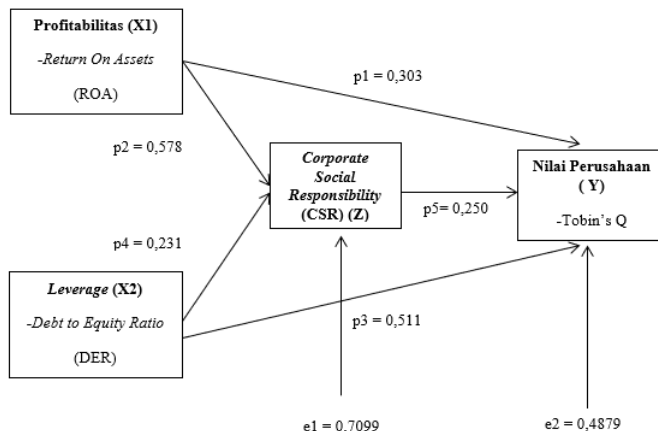
Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,873 <sup>a</sup>	,762	,754	2,23649

Sumber : *Output SPSS 26*

Berdasarkan tabel 6 dapat diketahui bahwa koefisien determinasi sebesar 0,754 atau 75,4%. Hal ini berarti bahwa hasil regresi mampu menjelaskan pengaruh variabel profitabilitas (ROA), leverage (DER) dan *corporate social responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan sebesar 75,4% dan sisanya 24,6% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak masuk dalam model penelitian ini.

**Hasil Analisis Jalur (*Path Analysis*)**

Analisis jalur digunakan untuk membuktikan bahwa variabel *corporate social responsibility* (CSR) dapat memediasi antara profitabilitas (ROA) terhadap nilai perusahaan (Tobin's Q) serta variabel *corporate social responsibility* (CSR) dapat memediasi antara *leverage* (DER) terhadap nilai perusahaan (Tobin's Q). Analisis jalur yang merupakan perluasan dari analisis regresi linie berganda, atau analisis adalah penggunaan analisis regresi untuk menaksir hubungan kausalitas antara variabel (*model casual*) yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan teori dan menentukan pola hubungan antara tiga atau lebih variabel dan tidak dapat digunakan untuk mengkonfirmasi atau menolak hipotesis. Model analisis jalur dari penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



### Gambar 1. Hasil Analisis Jalur

Berdasarkan gambar 1 persamaan analisis jalur dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$\text{CSR (Z)} = 0,578p_2 + 0,231p_4 + 0,7099e_1$$

$$\text{Nilai perusahaan (Y)} = 0,303p_1 + 0,511p_3 + 0,250p_5 + 0,4879e_2$$

Setelah mengetahui persamaan dalam model analisis jalur dapat diketahui pengaruh langsung, pengaruh tidak langsung dan pengaruh total dalam model penelitian sebagai berikut :

- 1) Pengaruh langsung profitabilitas ke Nilai Perusahaan = 0,303  
 Pengaruh tidak langsung Profitabilitas ke Nilai Perusahaan  
 $0,578 \times 0,250 = 0,1445$   
 Total pengaruh profitabilitas ke nilai perusahaan melalui CSR  
 $0,303 + 0,1445 = 0,4475$
- 2) Pengaruh langsung *leverage* ke Nilai Perusahaan = 0,511  
 Pengaruh tidak langsung *leverage* ke Nilai Perusahaan  
 $0,231 \times 0,250 = 0,0577$   
 Total pengaruh *leverage* ke nilai perusahaan melalui CSR  
 $0,511 + 0,0577 = 0,5687$

Selanjutnya dalam analisis jalur dalam penelitian ini dilakukan uji sobel. Uji sobel dilakukan dengan cara menguji kekuatan pengaruh tidak langsung variabel independen (X) ke variabel dependen (Y) melalui variabel intervening (Z). Berikut adalah hasil uji sobel dari penelitian ini :

- 1) Uji Sobel pengaruh Profitabilitas (ROA) terhadap Nilai Perusahaan melalui Corporate Social Responsibility (CSR)

$$\begin{aligned} \text{Sab} &= \\ &= \frac{\sqrt{(0,250^2)(0,059^2) + (0,578^2)(4,639^2) + (0,059^2)(4,639^2)}}{2,69531533} \end{aligned}$$

- 2) Uji Sobel pengaruh *Leverage* (DER) terhadap Nilai Perusahaan melalui Corporate Social Responsibility (CSR)

$$\begin{aligned} \text{Sab} &= \\ &= \frac{\sqrt{(0,250^2)(0,010^2) + (0,231^2)(4,639^2) + (0,010^2)(4,639^2)}}{0,065652983} \end{aligned}$$

Bedasarkan uji sobel dari persamaan di atas, dapat menghitung z statistik, untuk melihat pengaruh variabel mediasi sebagai berikut :

- 1) z statistik pengaruh Profitabilitas (ROA) terhadap Nilai Perusahaan melalui Corporate Social Responsibility (CSR)

$$z = \frac{ab}{sab} = \frac{(0,578)(0,250)}{2,69531533} = \frac{0,1445}{2,69531533} = 0,0536$$

- 2) z statistik pengaruh *Leverage* (DER) terhadap Nilai Perusahaan melalui Corporate Social Responsibility (CSR)

$$z = \frac{ab}{sab} = \frac{(0,231)(0,250)}{0,065652983} = \frac{0,0577}{0,065652983} = 0,8796$$

Selanjutnya dengan melihat semua perhitungan di atas maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- 1) Persamaan I dengan koefisien 0,1455 memiliki nilai z hitung sebesar 0,0536 lebih kecil dari z tabel yaitu 1,96 dengan tingkat signifikansi 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa H6 ditolak, sehingga variabel *corporate social responsibility* (CSR) tidak dapat memediasi pengaruh profitabilitas (ROA) terhadap nilai perusahaan (Tobin's Q).
- 2) Persamaan II dengan koefisien 0,0577 memiliki nilai z hitung sebesar 0,8796 lebih kecil dari t tabel yaitu 1,96 dengan tingkat signifikansi 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa H7 ditolak, sehingga variabel *corporate social responsibility* (CSR) tidak dapat memediasi pengaruh *leverage* (DER) terhadap nilai perusahaan (Tobin's Q).

### Kesimpulan

Profitabilitas (ROA) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *corporate social responsibility* (CSR) yang diperoleh dari perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2014-2019 karena memiliki nilai koefisien 0,410 serta nilai t hitung 6,942 > nilai t tabel 1,98761 dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Peningkatan profitabilitas (ROA) perusahaan manufaktur, maka akan meningkatkan kegiatan dan pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) perusahaan.

*Leverage* (DER) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *corporate social responsibility* (CSR) yang diperoleh dari perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2014-2019 karena memiliki nilai

koefisien 0,029 serta nilai  $t$  hitung 2,778 > nilai  $t$  tabel 1,98761 dan nilai signifikansi 0,007 < 0,05. Peningkatan *leverage* (DER) perusahaan manufaktur, maka akan meningkatkan kegiatan dan pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) perusahaan.

Profitabilitas (ROA) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (Tobin's Q) yang diperoleh dari perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2014-2019 karena memiliki nilai koefisien 13,474 serta nilai  $t$  hitung 4,225 > nilai  $t$  tabel 1,98793 dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Peningkatan profitabilitas (ROA) perusahaan manufaktur, maka akan meningkatkan pula nilai perusahaan (Tobin's Q).

*Leverage* (DER) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (Tobin's Q) yang diperoleh dari perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2014-2019 karena memiliki nilai koefisien 2,027 serta nilai  $t$  hitung 8,504 > nilai  $t$  tabel 1,98793 dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Peningkatan *leverage* (DER) perusahaan manufaktur, maka akan meningkatkan pula nilai perusahaan (Tobin's Q).

*Corporate social responsibility* (CSR) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (Tobin's Q) yang diperoleh dari perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2014-2019 karena memiliki nilai koefisien 15,671 serta nilai  $t$  hitung 3,378 > nilai  $t$  tabel 1,98793 dan nilai signifikansi 0,001 < 0,05. Peningkatan kegiatan dan pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) perusahaan manufaktur, maka akan meningkatkan pula nilai perusahaan (Tobin's Q).

*Corporate social responsibility* (CSR) tidak dapat memediasi pengaruh antara profitabilitas (ROA) terhadap nilai perusahaan (Tobin's Q) yang diperoleh dari perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2014-2019 karena memiliki nilai koefisien 0,1455 serta nilai  $z$  hitung 0,0536 <  $z$  tabel 1,96 dengan tingkat signifikansi 0,05. variabel CSR tidak dapat mempengaruhi nilai perusahaan (Tobin's Q).

*Corporate social responsibility* (CSR) tidak dapat memediasi pengaruh antara *leverage* (DER) terhadap nilai perusahaan (Tobin's Q) yang diperoleh dari perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2014-2019 karena memiliki nilai koefisien 0,0577 serta nilai  $z$  hitung 0,8796 <  $z$  tabel 1,96 dengan tingkat signifikansi 0,05. Sehingga

peningkatan *leverage* (DER) yang melalui mediasi variabel CSR tidak dapat mempengaruhi nilai perusahaan (Tobin's Q).

### **Bibliografi**

- Ajilaksana, I. D. K. Y. (2011). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Almar, M., Rachmawati, R., & Murni, A. (2012). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Profitabilitas Perusahaan. *Jurnal Seminar Nasional Akuntansi & Bisnis*, ISSN-2252-3936.
- Ayu, D. P. & Suarjaya A. A. G. (2017). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Mediasi Pada Perusahaan Pertambangan. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(2), 1112-1138.
- Ermawati, D. & Widyawati, D. (2015). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 4(2).
- Fahmi, I. (2014). Analisis Kinerja Keuangan: Panduan Bagi Akademis, Manajer, Dan Investor Untuk Menilai Dan Menganalisis Bisnis Dari Aspek Keuangan. Bandung: Alfabeta.
- Fauziah, F. (2017). Kesehatan Bank, Kebijakan Deviden dan Nilai Perusahaan Teori dan Kajian Empiris. Samarinda: RV Pustaka Horizon.
- Ghozali. (2016). Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harahap, S. S. (2015). Analisis Kritis atas Laporan Keuangan Edisi 1-10. Jakarta: Rajawali Pers.
- Hardivizon, dan Muhammad Sholihin. "Hybrid Rationality behind Customers' Choices of the Islamic Banks: An Experience of Bengkulu, Indonesia." *Journal of Islamic Thought and Civilization* 11, no. 1 (23 Juni 2021): 175–200. doi:10.32350/jitc.111.10
- Harmono. (2017). Manajemen Keuangan Berbasis Balanced. Jakarta: PT. Bumi Anagkasa Raya.
- Isnaini, N. A. & Kurnia. (2017). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan : Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*

6(2), ISSN:2460-0885.

Kamaludin & Indriyani, R. (2012). *Manajemen Keuangan Edisi Revisi*. Bandung: CV. Bandar Maju.

Kasmir. (2017). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.

Nussy, T. M. (2014). Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perbankan di Indonesia. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 18(2), 329-334.

Pratama, I. G. B. A. & Wiksuana, I. G. B. (2016). Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Mediasi. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(2), 1338-1367.

Saputra, S. E. (2016). Pengaruh Leverage, Profitabilitas, Size Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan di Bursa Efek Indonesia. *Journal of Economic and Economic Education*, 5(1), 75-89.

Wisudaningsi, B., A., Arofah, I., & Belang, K., I. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Statistika dan Matemaika*, 1(1), 103-116.

Wulandari, S. & Zulhaimi, H. (2017). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Manufaktur dan Jasa yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan*, 5(1), 1477-1888.

[www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org)

[www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)