



SKRIPSI

Judul:

Pengaruh Corporate Social Responsibility, Good Corporate Governance, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Disusun oleh:

RAISA FREDERIKA BR. SEBAYANG
NIM. 125190219

PROGRAM STUDI AKUNTANSI BISNIS
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
2025

Pernyataan

Nama : RAISA FREDERIKA BR. SEBAYANG
NIM : 125190219
Program Studi : AKUNTANSI BISNIS
Judul : Pengaruh Corporate Social Responsibility, Good Corporate Governance, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil kerja saya sendiri di bawah bimbingan Tim Pembimbing dan bukan hasil plagiasi dan/atau kegiatan curang lainnya.

Jika saya melanggar pernyataan ini, maka saya bersedia dikenakan sanksi sesuai aturan yang berlaku di Universitas Tarumanagara.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 24-Juni-2025

Yang menyatakan

A handwritten signature in black ink is written over a red 10,000 Rupiah postage stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text '10000', 'METRAN', and 'POS'. The signature is written in a cursive style.

RAISA FREDERIKA BR. SEBAYANG
NIM. 125190219

Persetujuan

Nama : RAISA FREDERIKA BR. SEBAYANG
NIM : 125190219
Program Studi : AKUNTANSI BISNIS
Judul : Pengaruh Corporate Social Responsibility, Good Corporate Governance, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Skripsi ini disetujui untuk diuji

Jakarta, 24-Juni-2025

Pembimbing:
HENDRO LUKMAN, Dr. SE,MM,Akt,CPMA,
CA,CPA (Aust.)
NIK/NIP: 10190061



Pengesahan

Nama : RAISA FREDERIKA BR. SEBAYANG
NIM : 125190219
Program Studi : AKUNTANSI BISNIS
Judul Skripsi : Pengaruh Corporate Social Responsibility, Good Corporate Governance, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan
Title : The Effect of Corporate Social Responsibility, Good Corporate Governance, and Profitability Towards The Firm Value

Skripsi ini telah dipertahankan di hadapan Dewan Penguji Program Studi AKUNTANSI BISNIS Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Tarumanagara pada tanggal 08-Juli-2025.

Tim Penguji:

1. VIRIANY, S.E., Ak., M.M.CA.BKP
2. HENDRO LUKMAN, Dr. SE,MM,Akt,CPMA, CA,CPA (Aust.)
3. WIDYASARI, S.E, M.Si., Ak, CPA, CA

Yang bersangkutan dinyatakan: **LULUS.**

Pembimbing:
HENDRO LUKMAN, Dr. SE,MM,Akt,CPMA,
CA,CPA (Aust.)
NIK/NIP: 10190061



Jakarta, 08-Juli-2025

Ketua Program Studi



HENDRO LUKMAN, Dr. SE,MM,Akt,CPMA, CA,CPA (Aust.)

ABSTRAK

Skripsi ini bertujuan untuk mencari tahu pengaruh Corporate Social Responsibility, Good Corporate Governance, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Penelitian tergolong menjadi penelitian kuantitatif deskriptif dengan menggunakan 10 sample data yang berasal dari perusahaan industri sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari periode 2021 sampai dengan 2023 yang pengambilan sampelnya dilakukan metode *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan aplikasi *Eviews 12* untuk mengolah data. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah CSR dengan indikator *Corporate Social Responsibility Disclosure* tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan, GCG dengan indikator Komisaris Independen tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan, dan profitabilitas dengan indikator *Return on Asset Ratio* tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci: CSR, GCG, Profitabilitas, Nilai Perusahaan.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas penyertaannya dalam perjalanan saya untuk menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul yang saya ajukan “Pengaruh Corporate Social Responsibility, Good Corporate Governance, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan”.

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi syarat kelulusan mata kuliah Skripsi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara. Dalam penyusunan skripsi ini tentu saja tidak terlepas dari ajaran dan bimbingan dari berbagai pihak. Dengan demikian penulis ucapkan rasa hormat dan terima kasih kepada:

1. Dr. Sawidji Widoatmojo, S.E., M.M., M.B.A. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis;
2. Hendro Lukman Dr. SE, MM, Akt, CPMA, CA, CPA (Aust.) selaku dosen pembimbing yang telah bersabar dalam memberikan arahan bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi;
3. Seluruh dosen pengampuh mata perkuliahan yang sudah membekali ilmu pengetahuan bagi penulis;
4. Semua keluarga penulis yang sudah terus memberikan semangat dan dukungan, dan;
5. Teman-teman seperjuangan penulis yang sudah memberikan semangat dan motivasi selama ini;

Penulis sadar bahwa skripsi ini tentu masih jauh dari sempurna oleh karena keterbatasan ilmu yang dimiliki penulis. Dengan demikian peneliti mengharapkan saran dan kritik yang dapat membangun dari semua pihak untuk membantu penulis dalam penyempurnakan skripsi ini.

Jakarta, 19 Desember 2024

,

Penulis,

Raisa Frederika Br. Sebayang

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Permasalahan.....	1
1. Latar Belakang Masalah.....	1
2. Identifikasi Masalah	6
3. Batasan Masalah.....	6
4. Rumusan Masalah	6
B. Tujuan dan Manfaat	7
1. Tujuan	7
2. Manfaat	7
BAB II LANDASAN TEORI	8
A. Gambaran Umum Teori.....	8
B. Definisi Konseptual Variabel	9
C. Kaitan Antara Variabel-Variabel	13
D. Penelitian yang Relevan	14

E. Hipotesis Penelitian.....	23
F. Kerangka Pemikiran.....	24
BAB III METODE PENELITIAN.....	26
A. Desain Penelitian.....	26
B. Populasi, Teknik Pemilihan Sample, dan Ukuran Sample	26
C. Operasionalisasi Variabel dan Instrumen	27
D. Analisis Data	28
E. Asumsi Analisis Data	31
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	34
A. Deskripsi Subyek Penelitian.....	34
B. Deskripsi Obyek Penelitian.....	36
C. Uji Asumsi Klasik	37
D. Analisis Regresi Data Panel	40
E. Pembahasan.....	42
BAB V PENUTUP.....	46
A. Kesimpulan	46
B. Keterbatasan dan Saran	46
1. Keterbatasan	46
2. Saran	47
DAFTAR PUSTAKA.....	49

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	14
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian	27
Tabel 4.3 Kriteria Sample	34
Tabel 4.4 Perusahaan-Perusahaan yang Dijadikan Sample.....	35
Tabel 4.5 Tabel Deskripsi Statistik.....	36
Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas.....	37
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinearitas	38
Tabel 4.8 Hasil Uji Autokorelasi	39
Tabel 4.9 Hasil Uji Heteroskedastisitas	40
Tabel 4.10 Hasil Regresi Data Panel.....	40

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	25
-------------------------------------	----

BAB I PENDAHULUAN

A. Permasalahan

1. Latar Belakang Masalah

Semakin ketatnya persaingan antar perusahaan tiap tahunnya menyebabkan perusahaan untuk mendorong kinerja karyawannya yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan pemegang kepentingan perusahaan, yang cenderung akan lebih tertarik terhadap yang memiliki nilai perusahaan yang tinggi atau bergerak ke atas karena kondisi tersebut mencerminkan jumlah harga saham perusahaan tersebut. Di mana harga saham perusahaan yang bersangkutan meningkat dengan nilainya dan sebaliknya. Menurut Wijaya, Tania, & Cahyadi (2021) nilai perusahaan ditentukan oleh persepsi investor tentang tingkat keberhasilannya, yang sering berhubungan dengan harga sahamnya untuk meningkatkan kualitas dan kepercayaan pemegang saham. Memanfaatkan *Tobin's Q* guna menghitung nilai perusahaan ialah salah satu cara untuk menentukan nilai perusahaan. Menurut Dzahabiyya, Jhoansyah, & Danial (2020), *Tobin's Q* ialah rasio yang diterapkan guna mengevaluasi nilai perusahaan. Ini mencirikan seberapa baik perusahaan menggunakan sumber dayanya dalam bentuk aset milik perusahaan dan mendefinisikan nilai perusahaan sebagai jumlah nilai aset berwujud dan tidak berwujudnya. Dapat diterapkan guna menghitung indikator nilai perusahaan dengan menghitung rasio total utang dan harga saham terhadap nilai buku perusahaan.

Untuk membuat investasi dalam bisnis lebih menarik bagi investor, perusahaan dapat dinilai lebih tinggi dengan menerapkan sejumlah teknik yang berbeda. Memanfaatkan sumber daya sosial dan sumber daya alam lokal ialah salah satu hal yang dapat dilakukan bisnis. Namun, menjaga keberlanjutan sumber daya saat ini tidak selalu berjalan seiring dengan penggunaan sumber daya tersebut. Tanggung jawab perusahaan (*Corporate Social Responsibility*), ini ialah bentuk akuntabilitas yang dilakukan bisnis untuk mengatasi ketidakadilan sosial dan/atau kerusakan lingkungan yang disebabkan oleh

operasi tersebut, dan yang dapat diterapkan bisnis untuk mempertahankan keberlanjutannya ke depannya (Azzaki, 2019).

Penerapan *Good Corporate Governance* (GCG) sebagai organisasi bisnis yang bertanggung jawab kepada masyarakat dan lingkungan dilakukan melalui praktik dan penggunaan CSR. Sistem GCG dapat memberikan bimbingan dan pengawasan untuk membantu bisnis mendorong manajemen menjalankan bisnis dengan baik, termasuk menjalankan tugas sosialnya.

Nilai perusahaan sangat penting ketika berkembang secara berkelanjutan karena dapat memengaruhi cara investor memandang bisnis. Selain nilai intrinsik perusahaan saat ini, nilainya juga memperhitungkan potensi perusahaan dan perkiraan pertumbuhan pendapatan di masa depan. Jika bisnis mempertimbangkan aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan saat melakukan operasinya, nilainya akan terus meningkat (Wahyuni, 2018). Salah satu dari banyak faktor yang dapat menentukan apakah sebuah perusahaan berhasil atau gagal dalam upayanya guna peningkatan nilai perusahaan ialah kemampuannya untuk menghasilkan keuntungan.

Profitabilitas ialah kapasitas perusahaan untuk menghasilkan laba dan dapat dilihat sebagai indikasi bahwasanya perusahaan siap untuk menarik investor (Rinofah, Kusumawardani, & Putri, 2023). Salah satu metode pengukuran profitabilitas ialah rasio profitabilitas, yang dihitung dengan membagi laba bersih dengan total aset yang dimiliki oleh bisnis. Ini menjelaskan seberapa efektif bisnis beroperasi untuk menghasilkan keuntungan. ROA ialah salah satu rasio tersebut. Dengan demikian, rasio tersebut juga dapat disebut sebagai daya perolehan karena menggambarkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dari setiap rupiah aset yang digunakan (Fauzi, Suransi, & Alamsyah, 2016).

Salah satu fenomena yang pernah terjadi satu tahun yang lalu yaitu penurunan nilai saham PT GoTo Gojek Tokopedia, yang berawal pada tanggal 10 Oktober 2023 lalu dimana perusahaan tersebut yang baru saja merger dari dua *startup* Indonesia terbesar membuka sahamnya di angka Rp 90/saham

namun dalam hitungan hari pada tanggal 12 oktober nilai saham tersebut turun mencapai Rp 73/saham bahkan mencapai Rp 71/lembar setelah dikoreksi, hingga angkanya yang paling rendah tercatat pada tanggal 13 oktober mencapai Rp 68/saham. Meskipun penyebab pasti penurunan tajam saham GOTO masih belum diketahui pada saat itu, ada dugaan apakah investor institusional atau investor individu yang harus disalahkan. Apakah penggalangan dana merupakan momok bagi investor ritel karena secara konsisten dipandang sebagai sentimen negatif atau sebagai kata yang delusi. Menurut IFC, tujuan investasi di GOTO ialah untuk mempromosikan inklusi keuangan dan untuk mewakili tujuan bersama untuk meningkatkan kemungkinan dan aksesibilitas di Indonesia. Di Indonesia, di mana 97 juta orang dewasa masih belum memiliki akses ke layanan perbankan, baik GOTO dan IFC dilaporkan bekerja sama untuk mempromosikan perluasan inklusi keuangan. Modal kerja PT Dompot Anak Bangsa (Gopay), salah satu platform utama GOTO Group untuk mempromosikan inklusi keuangan, dilaporkan merupakan salah satu dari banyak kegunaan uang dari *private placement* tersebut. Meskipun demikian, ada alasan bagus mengapa investor khawatir tentang penggalangan dana yang sedang berlangsung. Ini mengingat fakta bahwasanya bisnis telah mengumpulkan uang. GOTO akhirnya mengambil bagian dalam mengumpulkan uang publik melalui IPO tahun lalu setelah menyelesaikan banyak putaran pembiayaan swasta. Dengan kisaran Rp 14 triliun, dana segar dari IPO tidak sedikit. Sebagai catatan, kas atau setara kas GOTO, per akhir Juni, senilai Rp 24,44 triliun, turun dari Rp 29 triliun pada akhir Desember tahun sebelumnya. *Financial runway* GOTO masih harus bertahan setidaknya selama 48 bulan atau empat tahun jika laju ini dipertahankan. GOTO telah direorganisasi untuk mempertahankan kesuksesan keuangan, dan neracanya relatif kuat dengan rasio likuiditas yang terjaga dengan baik. Tetapi investor masih memperhatikan bagaimana GOTO berhasil membalikkan keadaan dan menghasilkan keuntungan pada akhirnya, memungkinkannya untuk dengan bangga menerbitkan karya anak bangsa (Sandria, 2023). Dari peristiwa di atas

dapat terlihat pengaruh pandangan konsumen terhadap pengambilan keputusan untuk melakukan investasi atau tidak terhadap sebuah perusahaan, semakin negatifnya pandangan konsumen terhadap *image* perusahaan semakin kuat pula keinginan konsumen untuk menghindari perusahaan tersebut.

Beberapa peneliti terdahulu pernah melakukan penelitian menggunakan topik yang serupa. Studi oleh Siska & Handayani (2023) menunjukkan bagaimana nilai perusahaan sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor berikut: Profitabilitas memoderasi dampak GCG terhadap nilai perusahaan dengan hasil analisis positif yang signifikan, tetapi tidak memoderasi dampak CSR dengan hasil analisis negatif yang signifikan. Selain itu, profitabilitas, yang diukur oleh ROE, secara signifikan meningkatkan nilai perusahaan.

Studi oleh Darniaty, Aprilly, Nurhayati, Adzani, & Novita (2023) menemukan bahwasanya nilai perusahaan tidak terpengaruh oleh GCG.

Menurut riset Suharto, Gama, dan Astiti (2022), baik CSR maupun GCG meningkatkan nilai perusahaan secara signifikan. Selain itu, profitabilitas dapat mengurangi efek GCG dan CSR terhadap nilai perusahaan. Lebih lanjut, ia menemukan bahwasanya dampak GCG dan CSR terhadap nilai perusahaan dapat dikurangi oleh ukuran organisasi.

Menurut penelitian Wijaya, Wibawani, dan Amalia (2022), GCG dan CSR secara signifikan menurunkan nilai perusahaan.

Dalam penelitiannya, Rahmawati, Roekhudin, dan Prastiwi (2021) membuktikan bahwasanya GCG berdampak positif pada nilai perusahaan sedangkan CSR tidak berpengaruh. Selain itu, mereka membuktikan bahwasanya meskipun profitabilitas dapat mengurangi korelasi antara GCG dan nilai perusahaan, itu tidak dapat mengurangi korelasi antara CSR dan nilai perusahaan.

GCG mempunyai pengaruh pada CSR dan nilai perusahaan, menurut penelitian Alkhairani, Kamaliah, dan Prokhmawati (2020). GCG berdampak pada nilai perusahaan yang dimediasi oleh profitabilitas, namun CSR tidak

berpengaruh pada nilai perusahaan. Selain itu, profitabilitas bertindak sebagai mediator antara CSR dan nilai perusahaan.

Menurut penelitian Dzikir, Syahnur, dan Tenriwaru (2020), profitabilitas tidak dapat memoderasi pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan.

Studi oleh Dinata & Tenaya (2018) menemukan bahwa CSR memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan GCG memberikan pengaruh negatif, dan profitabilitas mampu memoderasi hubungan CSR sedangkan GCG tidak.

Riset Melani & Wahidahwati (2017) membuktikan bahwasanya GCG meningkatkan nilai perusahaan secara signifikan, CSR meningkatkan nilai perusahaan secara signifikan, dan ROA dapat memoderasi dampak GCG terhadap nilai perusahaan.

Selanjutnya, sebuah studi oleh Fauzi, Suransi, dan Alamsyah (2016) membuktikan bahwasanya profitabilitas tidak berpengaruh substansial pada nilai perusahaan, tetapi CSR meningkatkannya secara substansial sementara GCG menurunkannya secara signifikan. Korelasi CSR dan nilai-nilai perusahaan melemah oleh moderasi profitabilitas, tetapi korelasi antara GCG dan nilai-nilai perusahaan dapat diperkuat.

2. Identifikasi Masalah

Karena adanya fenomena penurunan harga saham GOTO oleh karena firasat buruk konsumen terhadap perusahaan tersebut sebagai salah satu alasan untuk tidak langsung mengambil sebuah keputusan dan perbedaan kesimpulan yang ditemukan oleh peneliti-peneliti terdahulu atas hubungan CSR dan GCG terhadap nilai perusahaan serta moderasi profitabilitasnya.

3. Batasan Masalah

Dengan adanya keterbatasan waktu, penelitian ini hanya akan berfokus pada tiga variabel independent yaitu *Corporate Social Responsibility* (CSR), *Good Corporate Governance* (GCG), dan Profitabilitas, dan Nilai Perusahaan sebagai variabel dependen. Studi ini hanya akan berfokus pada bisnis yang

beroperasi di sektor industri konsumsi yang tercatat di BEI antara tahun 2021 - 2023.

4. Rumusan Masalah

Di bawah ini ialah rumusan masalah penelitian:

- a. Apakah CSR memiliki pengaruh terhadap Nilai Perusahaan.
- b. Apakah GCG memiliki pengaruh terhadap Nilai Perusahaan.
- c. Apakah Profitabilitas memiliki pengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

B. Tujuan dan Manfaat

1. Tujuan

Ditetapkan tujuan masalah berikut berdasar pada rumusan masalah:

- a. Untuk menganalisis apakah CSR memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan;
- b. Untuk menganalisis apakah GCG memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan;
- c. Untuk menganalisis apakah Profitabilitas memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

2. Manfaat

Penelitian ini ditulis dengan harapan mampu bermanfaat bagi berbagai pihak, seperti:

- a. Akademisi: Temuan penelitian ini dapat berfungsi sebagai dasar untuk penelitian lebih lanjut.
- b. Perusahaan: Temuan penelitian dapat diterapkan sebagai bahan pertimbangan ketika membuat keputusan yang akan meningkatkan nilai perusahaan.
- c. Investor: Investor atau calon investor yang ingin berinvestasi dalam bisnis yang menggunakan GCG dan/atau CSR dapat menggunakan kesimpulan penelitian sebagai panduan.

Daftar Pustaka

- Alkhairani, Kamaliah, & Rokhmawati, A. (2020). Analisis Pengaruh *Good Corporate Governance* (GCG) dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ekonomi KIAT*, 31(2), 10-25.
- Cahya, K. D., & Riwoe, J. C. (2018). Pengaruh ROA dan ROE Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Sustainability Reporting Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Yang Terdaftar di LQ 45. *Journal of Accounting and Business Studies*, 3(1), 46-70.
- Darniaty, W. A., Aprilly, R. V., Nurhayati, W. T., Adzani, S. A., & Novita, S. (2023, Juni). Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Performa Keuangan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 19, 95-104.
- Dinata, I. D., & Tenaya, A. I. (2018). Profitabilitas memoderasi pengaruh Corporate Social Responsibility dan Good Corporate Governance pada nilai perusahaan. *E-Journal Akuntansi Universitas Udayana*, 24(1), 481-506.
- Dzahabiyya, J., Jhoansyah, D., & Danial, R. D. (2020). Analisis Nilai Perusahaan Dengan Model Rasio Tobin's Q. *JAD: Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan Dewantara*, 4(1), 46-55.
- Dzikir, A. N., Syahnur, & Tenriwaru. (2020). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris Pada Sektor Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2018). *AJAR*, 3(2), 219-235.
- Fauzi, A. S., Suransi, N. K., & Alamsyah. (2016). Pengaruh GCG Dan CSR Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal InFestasi*, 12(1), 1-19.
- Forum for Corporate Governance in Indonesia*. (2017). *About Good Corporate Governance*. diakses pada 26 Oktober 2024, from FCGI: <https://fcgi.or.id/corporate-governance/about-good-corporate-governance.html>
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23* (8 ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Gunawan, J. (2017). Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan *Corporate Governance* Terhadap Agresivitas Pajak. *Jurnal Akuntansi*, 21(3), 425-436.
- Hendrastuti, R., & Harahap, R. F. (2023). Agency theory: Review of the theory and current research. *Jurnal Akuntansi Aktual*, 10(1), 85-100.
- Hermawan, D., & Dewi, S. P. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Dengan Moderasi *Corporate Social Responsibility*. *Jurnal Multiparadigma Akuntansi*, 5(Juli), 1222-1232.
- Iriyanti, D., Murni, S., & Untu, V. N. (2022). Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Industri Otomotif Di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2020. *Jurnal EMBA*, 10(4), 557-567.
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). *Theory of The Firm: Managerial Behavior, Agency Cost and Ownership Structure*. *Journal of Financial Economics*, 305-360.
- Karina, D. R., & Setiadi, I. (2020). Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan Dengan GCG Sebagai Pemoderasi. *Jurnal Riset Akuntansi Mercu Buana*, 37-49.
- Kopp, C. M. (2023). *Agency Theory: Definition, Examples of Relationships, and Disputes*. diakses pada 26 Oktober 2024, from Investopedia: <https://www.investopedia.com/terms/a/agencytheory.asp#toc-what-is-agency-theory>
- Mahrani, M., & Soewarno, N. (2018). *The Effect of Good Corporate Governance Mechanism and Corporate Social Responsibility on Financial Performance with Earnings Management as Mediating Variable*. *Asian Journal of Accounting Research*, 41-60.
- Melani, S., & Wahidahwati. (2017). Pengaruh CSR Dan GCG Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 6(10), 1-24.
- Mokosolang, C. A., Prang, J. D., & Mananohas, M. L. (2015, September). Analisis Heteroskedastisitas Pada Data Cross Section Dengan White Heteroscedasticity Test Dan Weighted Least Squares. *JdC*, 4, 173-179.
- Puspitasari, E., & Ermayanti, D. (2019). Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan *Good Corporate Governance* Sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris Perusahaan Perbankan BUMN Go Public yang Terdaftar di BEI Periode Tahun 2011-2018). *SNEB: Seminar Nasional Ekonomi dan Bisnis Dewantara*, 1(1), 29-40.

- Rahmawati, A., Roekhudin, & Prastiwi, A. (2021). *Effect of Good Corporate Governance and Corporate Social Responsibility on Firm Value Moderate by Profitability. International Journal of Research in Business & Social Science*, 10(4), 59-66.
- Ratmono, D., & Sagala, W. M. (2015). Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* Sebagai Sarana Legitimasi: Dampaknya Terhadap Tingkat Agresivitas Pajak. *Jurnal Nominal*, 16-30.
- Rinofah, R., Kusumawardani, R., & Putri, P. N. (2023). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019). *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan (Mankeu)*, 12(1), 40-52.
- Sahyu, A., & Maharani, N. K. (2023). Pengaruh Profitabilitas, Solvabilitas, Dan Aktivitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 260-271.
- Sandria, F. (2023). *Analisis Penyebab Saham GOTO Jatuh Ke Level Terendah*. diakses pada 25 Oktober 2024, from CNBC INDONESIA: <https://www.cnbcindonesia.com/market/20231013115541-17-480301/analisis-penyebab-saham-goto-jatuh-ke-level-terendah>
- Sembiring, S., & Trisnawati, I. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 21(1a-2), 173-184.
- Siska, & Handayani, S. (2023). Pengaruh CSR, GCG terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai pemoderasi di Industri sektor Properti dan Real Estate BEI 2019-2021. *JAFCA: Journal Advanced Center for Finance and Accounting*, 3(2), 25-56.
- Suharto, G. N., Gama, A. W., & Astiti, N. P. (2022). Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Dan *Good Corporate Governance* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi (Studi pada perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2017-2019). *Jurnal EMAS*, 3(9), 1-14.
- Susilowati, J., & Retnani, E. D. (2016). Pengaruh *Corporate Social Responsibility (CSR)* Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 1-17.
- Tenriwaru, & Mediaty. (2018). *Responding CSR Reality With The 'Bourdieu' Thinking Device. Qualitative and Quantitative Research Review*, 61-77.
- Tondok, W. S., Kalangi, J. B., & Rompas, W. F. (2023, Mei). Pengaruh Angkatan Kerja Dan Pengeluaran Konsumsi Rumah Tangga Terhadap Pertumbuhan

Ekonomi Di Kabupaten Tana Toraja Tahun 2022-2021. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 23, 49-60.

Wahyuni, S. F. (2018). Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 109-117.

Wijaya, E. M., Wibawani, S., & Amalia, F. A. (2022). Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di BEI Tahun 2016-2018). *RATIO: Reviu Akuntansi Kontemporer Indonesia*, 3(1), 64-74.

Wijaya, H., Tania, D. R., & Cahyadi, H. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan. *Jurnal Bina Akuntansi*, 8(2), 109-121.