

PENGARUH *RETURN ON INVESTMENT (ROI)* DAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL MODERATING (Studi pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar dan Kimia, Sub Sektor Pulp & Kertas yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2016)

Desi Hermawati¹⁾, Patricia Dhiana, P²⁾, Abrar Oemar³⁾

¹⁾ Mahasiswa Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi

^{2), 3)} Dosen Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi
Universitas Pandanaran Semarang

ABSTRACT

This research aims to determine the effect of ROI and CSR on corporate value with profitability as a moderating variable.

Population in this research is manufacturing company of basic industry and chemical sector which listed in BEI year 2012-2016 that is 9 company by using purpose sampling obtained 8 company.

Partial research results show that (ROI) does not affect the value of the company, because the value of sig = 0.907 > 0.05 so Ho accepted. CSR has significant effect on firm value, because the value of sig = 0,000 < 0,05 so Ho is rejected. ROI and CSR simultaneously have a significant effect on firm value, because the value of F step 1 = 10,947 and sig = 0,000 < 5% and value of F step 2 = 28,27 and sig = 0,000 < 5%. Profitability affects ROI with firm value, because sig = 0,000 < 0,05 so Ho is rejected. Profitability affects CSR with firm value, because sig = 0,000 < 0,05 so Ho is rejected.

Keywords: ROI, CSR, Profitability, Corporate Value.

PENDAHULUAN

Tujuan utama perusahaan adalah untuk meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi dapat meningkatkan kemakmuran bagi para pemegang saham, sehingga para pemegang saham akan menginvestasikan modalnya kepada perusahaan tersebut. Naik turunnya nilai perusahaan salah satunya dipengaruhi oleh struktur kepemilikan. Struktur kepemilikan sangat penting dalam menentukan nilai perusahaan. Pemilik perusahaan dari pihak luar berbeda dengan manajer karena kecil kemungkinannya pemilik dari pihak luar terlibat dalam urusan bisnis perusahaan sehari-hari menurut Rejeki (2007) dalam Permanasari (2010).

Nilai Perusahaan dapat menggambarkan keadaan perusahaan dengan baik, nilai perusahaan akan dipandang oleh para calon investor dengan menunjukkan kinerja perusahaan yang baik pula. Faktor yang dapat memaksimalkan nilai perusahaan berupa profitabilitas, kinerja keuangan dan pengungkapan tanggung jawab sosial yang dapat menambah nilai tambah bagi perusahaan di mata investor.

Optimalisasi nilai perusahaan yang merupakan tujuan perusahaan juga

dapat dicapai melalui pelaksanaan fungsi manajemen keuangan, dalam hal ini satu keputusan keuangan yang diambil akan mempengaruhi keputusan keuangan lainnya dan berdampak pada nilai perusahaan. Nilai perusahaan ditentukan oleh profitabilitas perusahaan. Profitabilitas merupakan suatu indikator kinerja yang dilakukan oleh manajemen perusahaan dalam mengelola kekayaan perusahaan oleh laba yang dihasilkan perusahaan. Profitabilitas yang tinggi menunjukkan prospek perusahaan yang bagus sehingga investor akan merespon positif dan nilai perusahaan akan meningkat menurut Sujoko dan Soebintoro (2007) dalam Hardiningsih, P (2011).

Dalam mengukur kinerja perusahaan yang tercermin dari berbagai macam rasio. Salah satu rasio yang digunakan yaitu *Return On Investment* (ROI). Karena, bersifat menyeluruh artinya mencakup semua tingkat efisiensi perusahaan dalam penggunaan aktivitya serta dapat mengukur tingkat keuntungan atas penjualan produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Selain itu tercerminnya perusahaan yang memiliki kinerja yang baik adalah ketersedianya informasi, baik informasi keuangan maupun informasi non keuangan yang bersifat

simetris dan dapat di akses oleh semua pihak yang berkepentingan. Informasi non keuangan yang di lihat oleh investor dalam menanamkan modalnya adalah tentang bagaimana perusahaan merespon tentang lingkungan sekitar perusahaan tersebut beroperasi. Perusahaan yang melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial dapat menambah nilai tambah bagi perusahaan itu sendiri di mata investor, karena perusahaan yang melakukan tanggung jawab sosial mencerminkan bahwa perusahaan tersebut akan terus berkembang dan berkelanjutan para investor akan lebih mengapresiasi perusahaan yang mengungkapkan CSR di bandingkan perusahaan yang tidak mengungkapkan CSR, oleh karena itu ketika para investor tidak merespon positif atas kinerja keuangan perusahaan, pengungkapan CSR di anggap mampu memberikan nilai lebih di mata investor atas keberlanjutan dari perusahaan tersebut.

Anwar et al. (2010) mengatakan bahwa pengungkapan CSR dalam laporan tahunan (*annual report*) memperkuat citra perusahaan dan menjadi sebagai salah satu pertimbangan yang diperhatikan investor maupun calon investor memilih tempat investasi karena menganggap

bahwa perusahaan tersebut memberikan citra (*image*) kepada masyarakat, bahwa perusahaan tidak lagi hanya mengejar *profit* semata tetapi sudah memperhatikan lingkungan dan masyarakat. Dengan melaksanakan CSR citra perusahaan akan semakin baik sehingga loyalitas konsumen dalam waktu yang lama, maka penjualan perusahaan akan semakin membaik dan pada akhirnya dengan pelaksanaan CSR diharapkan tingkat profitabilitas perusahaan juga meningkat.

TINJAUAN PUSTAKA

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan adalah persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi, dan meningkatkan kepercayaan pasar tidak hanya terhadap kinerja perusahaan saat ini namun juga pada prospek perusahaan di masa mendatang. Memaksimalkan nilai perusahaan sangat penting artinya bagi suatu perusahaan, karena dengan memaksimalkan nilai perusahaan berarti juga memaksimalkan tujuan utama perusahaan.

Menurut Sartono (2010) nilai perusahaan adalah nilai jual sebuah

perusahaan sebagai suatu bisnis yang sedang beroperasi. Adanya kelebihan nilai jual, nilai likuidasi adalah nilai dari organisasi manajemen yang menjalankan perusahaan itu. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar percaya tidak hanya pada kinerja perusahaan saat ini namun juga pada prospek perusahaan dimasa depan. Nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran pemegang saham secara maksimum apabila harga saham perusahaan meningkat, untuk mencapai nilai perusahaan yang tinggi pada umumnya para pemodal menyerahkan pengelolaannya kepada para profesional. Para profesional diposisikan sebagai manajer ataupun komisaris (Kusumadilaga, 2010).

Nilai perusahaan sering diprosikan dengan *price to book value*. *Price to book value* dapat diartikan sebagai hasil perbandingan antara harga saham dengan nilai buku per lembar saham. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Fenandar (2012) secara sederhana menyatakan bahwa *price to book value* merupakan rasio pasar yang digunakan untuk mengukur kinerja harga pasar saham terhadap nilai bukunya. Keberadaan *price to book value* sangat penting bagi investor untuk menentukan strategi investasi di pasar

modal karena melalui *price to book value*, investor dapat memprediksi saham-saham yang *overvalued* atau *undervalued*. *Price to book value* menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan. Perusahaan yang berjalan dengan baik, umumnya memiliki rasio *price to book value* hanya satu, yang mencerminkan bahwa nilai pasar saham lebih besar dari nilai bukunya. *Price to book value* yang tinggi mencerminkan tingkat kemakmuran para pemegang saham, dimana kemakmuran bagi pemegang saham merupakan tujuan utama dari perusahaan.

Profitabilitas

Salah satu informasi terpenting yang harus diketahui oleh investor adalah informasi kinerja keuangan perusahaan. Bahan pertimbangan dalam menganalisis dan menilai posisi dan informasi keuangan, kemajuan serta potensi sebuah perusahaan di masa mendatang diantaranya adalah informasi mengenai kemampuan perusahaan dalam mengelola perusahaan untuk menghasilkan laba (Nurmala : 2010).

Kinerja keuangan menurut Fahmi (2011) adalah suatu analisis yang dilakukan untuk melihat sejauh mana suatu perusahaan telah melaksanakan

dengan mempergunakan aturan-aturan pelaksanaan keuangan secara baik dan benar. Seperti dengan membuat suatu laporan keuangan yang telah memenuhi standar dan ketentuan dalam SAK (Standar Akuntansi Keuangan) atau GAAP (*General Accepted Accounting Principle*), dan lainnya.

Rasio profitabilitas bermanfaat untuk menunjukkan keberhasilan perusahaan di dalam menghasilkan keuntungan. Investor potensi akan menganalisis dengan cermat kelancaran sebuah perusahaan dan kemampuan untuk mendapatkan keuntungan (profitabilitas), karena mereka mengharapkan *dividen* dan harga pasar dari sahamnya. Maksudnya profitabilitas adalah hasil bersih dari sejumlah kebijakan dan keputusan. Rasio ini memberikan beberapa informasi tentang cara perusahaan berpotensi, tetapi rasio profitabilitas menunjukkan pengaruh gabungan dari manajemen likuiditas, manajemen aset dan manajemen utang pada hasil operasi.

Melihat dari paparan diatas profitabilitas dalam hal ini Margin Laba Bersih (*Net Profit Margin*) menurut Kasmir (2012) Margin laba bersih merupakan ukuran keuntungan dengan membandingkan antara laba setelah

bunga dan pajak dibandingkan dengan penjualan.

Analisis komparatif memiliki dua dimensi penting dalam kinerja perusahaan, yaitu profitabilitas dan produktifitas kedua hal tersebut dapat memberikan kecenderungan perilaku untuk perusahaan lebih efektif dan lebih menguntungkan untuk tumbuh lebih cepat (Entris, 2013). Berdasarkan pendapat para ahli, dapat disimpulkan bahwa profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan atau laba dengan modal sendiri dari aktivitas perusahaan itu sendiri.

Definisi *Return On Investment (ROI)*

Hasil Pengembalian *Return On Investment (ROI)* menurut Kasmir (2012) adalah hasil pengembalian Investasi atau lebih dikenal dengan nama *Return On Investment (ROI)* merupakan rasio yang menunjukkan hasil (*Return*) atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan. *Return On Investment (ROI)* juga merupakan suatu ukuran tentang efektivitas manajemen dalam mengelola investasinya. Semakin kecil rasio ini semakin kurang baik, demikian pula dengan sebaliknya. Artinya rasio ini digunakan untuk mengukur efektivitas dari keseluruhan operasi perusahaan.

Faktor yang dapat mempengaruhi *Return On Investment* (ROI) diantaranya : 1). *Turnover* dari *operating assets* atau tingkatan perputaran aktiva yang digunakan untuk kegiatan operasional, yaitu kecepatan perputaran *operating assets* dalam suatu periode tertentu. 2). *Profit Margin* adalah besarnya keuntungan operasi yang dinyatakan dalam bentuk presentase dan jumlah penjualan bersih. *Profit margin* dapat mengukur tingkat keuntungan perusahaan dan dihubungkan dengan penjualannya.

Definisi *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah sebuah konsep yang berhubungan, namun merujuk pada seluruh cara bisnis berupaya menyeimbangkan komitmennya terhadap kelompok dan pribadi dalam lingkungan sosialnya. Hackston dan Milne (1996) dalam Rawi dan Munawar (2010) menyatakan bahwa *corporate social responsibility* merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat keseluruhan.

Keterkaitan perusahaan dengan daerah lingkungan sosialnya menuntut

dipenuhinya pertanggungjawaban sosial perusahaan. Definisi umum menurut *World Business Council in Sustainable Development* (WBCSD), *corporate social responsibility* adalah komitmen dari perusahaan untuk berperilaku etis dan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan secara meningkatkan kualitas hidup karyawan dan keluarganya, komunitas lokal dan masyarakat luas.

Dengan CSR perusahaan diharapkan dapat meningkatkan perhatian terhadap lingkungan, kondisi tempat kerja, hubungan perusahaan masyarakat, investasi sosial perusahaan dan citra perusahaan di mata publik menjadi baik, meningkatkan kinerja keuangan perusahaan dan akses kapital. Dalam aktifitasnya setiap perusahaan akan berinteraksi dengan lingkungan sosialnya. Akibat dari interaksi itu menuntut adanya timbal balik antara perusahaan dan lingkungan sosialnya yang berimplikasi pada timbulnya dampak-dampak sosial atas kegiatan operasi perusahaan pada lingkungannya. Sepanjang perusahaan menggunakan sumber daya manusia dan komunitas yang ada, maka perusahaan memiliki tanggung jawab untuk menghasilkan

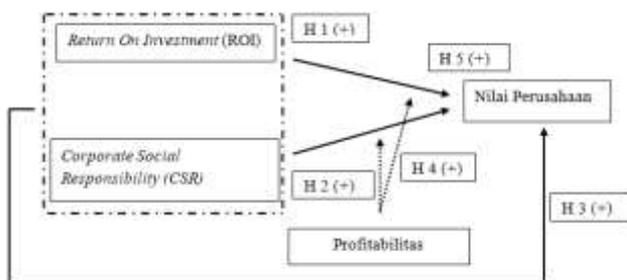
profit dan mengembalikan sebagian profit tersebut bagi masyarakat.

Kerangka Pemikiran Teoritis

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan sebelumnya dan telaah pustaka, dalam penelitian ini mengenai pengaruh *Return On Investment* dan *Corporate Social Responsibility* di mana Profitabilitas sebagai faktor moderating, maka variabel yang terkait dalam penelitian ini dapat dirumuskan melalui suatu kerangka pemikiran sebagai berikut :

Gambar 2.1

Pengaruh *Return On Investment* (ROI) dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderating.



Pengembangan Hipotesis

Kata hipotesis berasal dari kata “hipo” yang artinya lemah dan “tesis” berarti pernyataan. Dengan demikian hipotesis berarti pernyataan yang lemah, disebut demikian karena masih berupa dugaan yang belum teruji kebenarannya.

Menurut Sugiyono (2011), hipotesis penelitian adalah :

“Penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu data statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya. Pada penelitian kuantitatif, tidak dirumuskan hipotesis, tetapi justru diharapkan dapat ditemukan hipotesis. Selanjutnya hipotesis tersebut akan diuji oleh penelitian dengan menggunakan pendekatan kuantitatif”.

Maka, dapat disimpulkan bahwa hipotesis penelitian dapat diartikan sebagai jawaban yang bersifat sementara terhadap masalah penelitian sampai terbukti melalui data yang terkumpul dan harus diuji secara empiris.

Pengaruh *Return On Investment* (ROI) terhadap Nilai Perusahaan

Return On Investment (ROI) merupakan pengukuran kemampuan perusahaan secara keseluruhan dalam menghasilkan keuntungan dengan jumlah keseluruhan aktiva yang tersedia di perusahaan. Hasil penelitian Nurhayati (2013) dan Cahyanto (2014) menunjukkan *Return On Investment* (ROI) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian

tersebut, dapat diasumsikan sebagai berikut :

H1 : *Return On Investment (ROI)* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.

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

Retno M (2012) dan Sari (2013), mengungkapkan bahwa ada hubungan yang positif antara tanggung jawab sosial perusahaan dengan nilai perusahaan, jika perusahaan ingin meningkatkan nilai perusahaannya maka perusahaannya harus memaksimalkan pelaksanaan bentuk-bentuk tanggung jawab sosialnya. Jadi semakin banyak perusahaan mengungkapkan kegiatan sosialnya akan semakin tinggi nilai perusahaannya. Berdasarkan uraian tersebut, dapat diasumsikan sebagai berikut :

H2 : *Corporate Social Responsibility (CSR)* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.

Pengaruh *Return On Investment (ROI)* dan *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap Nilai Perusahaan

Agustina (2013) dan Saridewi (2016) menyimpulkan bahwa

pengungkapan ROI dan CSR mempunyai hubungan yang positif terhadap nilai perusahaan. Semakin banyak pengungkapan CSR maka semakin tinggi pula nilai perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut, dapat diasumsikan sebagai berikut :

H3 : *Return On Investment (ROI)* dan *Corporate Social Responsibility (CSR)* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.

Pengungkapan Profitabilitas memoderasi *Return On Investment (ROI)* terhadap Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan dapat pula dipengaruhi oleh besar kecilnya profitabilitas yang dihasilkan perusahaan. Hasil penelitian menurut Hartanty (2013) mengindikasikan bahwa *Return On Investment (ROI)* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Semakin baik rasio profitabilitas maka semakin baik menggambarkan kemampuan tingginya perolehan keuntungan perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut, dapat diasumsikan sebagai berikut :

H4 : *Return On Investment* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Pengungkapan Profitabilitas memoderasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan

Pengungkapan sosial perusahaan diwujudkan melalui kinerja ekonomi, lingkungan dan sosial. Semakin baik kinerja yang dilakukan perusahaan didalam memperbaiki lingkungannya (kinerja ekonomi, lingkungan dan sosial), maka nilai perusahaan semakin meningkat sebagai akibat dari para investor yang menanamkan sahamnya pada perusahaan. Hasil penelitian Kusumadilaga (2010) juga mengindikasikan bahwa perilaku etis perusahaan berupa tanggungjawab sosial terhadap lingkungan sekitarnya berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, yang dalam jangka panjang akan tercermin pada keuntungan perusahaan (profit) dan peningkatan kinerja keuangan. Profitabilitas sebagai variabel moderating tidak mempengaruhi hubungan pengungkapan CSR dan nilai perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut, dapat diasumsikan sebagai berikut :

H 5 : *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan profitabilitas tidak

mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan.

METODE PENELITIAN

Devinisi Operasional Variabel

Devinisi Operasional Variabel menurut Arikunto (2010) variabel adalah objek penelitian atau apa yang menjadi titik perhatian atau penelitian. Definisi yang didasarkan atas sifat-sifat hal yang didefinisikan yang diamati (*diobservasi*) sehingga apa yang dilakukan oleh peneliti terbuka untuk diuji kembali oleh orang lain. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari :

1. Variabel Dependent : Nilai Perusahaan (Y)

Nilai Perusahaan adalah kondisi yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu sejak perusahaan tersebut didirikan sampai dengan saat ini. (Noerirawan: 2012).

$$Q = \frac{(EMV + D)}{(EBV + D)}$$

Keterangan:

Q = nilai perusahaan

EMV = nilai pasar ekuitas

EBV = nilai buku dari total aktiva

D = nilai buku dari total hutang

2. Variabel Moderating : Profitabilitas (Z)

Profitabilitas ini menggunakan Margin laba bersih. Margin laba bersih (*Net Profit Margin*) merupakan ukuran keuntungan dengan membandingkan antara laba setelah bunga dan pajak dibandingkan dengan penjualan. Rasio ini menunjukkan pendapatan bersih perusahaan atas penjualan. (Kasmir : 2012).

$$\frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak} \times 100\%}{\text{penjualan}}$$

3. Variabel Independen : *Return On Investment* (ROI) (X₁)

Return On Investment (ROI) adalah hasil pengembalian Investasi atau lebih dikenal dengan nama *Return On Investment* (ROI) menunjukkan hasil (*Return*) atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan. (Kasmir : 2012).

$$ROI = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Total asset}} \times 100$$

4. Variabel Independen : *Corporate Social Responsibility* (CSR) (X₂)

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah gagasan yang membuat perusahaan tidak hanya bertanggung

jawab dalam hal keuangannya saja, tetapi juga terhadap masalah sosial dan lingkungan sekitar perusahaan agar perusahaan dapat tumbuh secara berkelanjutan. (Sari : 2012).

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

Jenis Data

Data Kuantitatif

Data Kuantitatif adalah data informasi yang berupa simbol angka atau bilangan. Berdasarkan simbol-simbol angka tersebut, perhitungan secara kuantitatif dapat dilakukan untuk menghilangkan suatu kesimpulan yang berlaku umum di dalam suatu parameter.

Sumber Data

Data Sekunder

Data Sekunder adalah data yang mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari sumber yang telah ada. Sumber data sekunder adalah catatan atau dokumentasi perusahaan, publikasi pemerintah, analisis industri oleh media, situs Web, internet dan seterusnya.

Berdasarkan uraian diatas maka jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti yaitu data kuantitatif sedangkan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder.

Data sekunder dalam penelitian ini adalah hasil dokumentasi yang dipublikasikan oleh Bursa Efek Indonesia, mengenai berbagai sektor yang terdaftar dalam bentuk laporan keuangan yang telah diaudit untuk tahun buku 2012-2016 dan semua data di peroleh di Bursa Efek Indonesia.

ANALISIS DATA

Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif statistik dilakukan untuk mengetahui sebaran nilai dari variabel-variabel penelitian. Hal-hal yang akan dikaji dalam membahas analisis deskriptif adalah nilai rata-rata, nilai maksimum dan nilai minimum dari masing-masing variabel.

Tabel 4.1
Deskriptif Statistik Variabel Penelitian

		Statistics			
		ROI	CSR	PROF	NP
N	Valid	40	40	40	40
	Missing	0	0	0	0
	Mean	.0473	50.7750	.0190	.8398
	Std. Deviation	.04633	11.44550	.04107	.12335
	Minimum	-.04	23.00	-.06	.61
	Maximum	.14	75.00	.08	1.06

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2018.

Rata rata variable ROI adalah 0,047, maksimum = 0,14, ROI minimum = -0,04 dengan simpangan baku = 0,046. Rata rata variable CSR adalah 50,775, maksimum = 75 kepemilikan minimum = 23 dengan simpangan baku = 11,446. Untuk variable profitabilitas diperoleh

keterangan nilai rata-rata 0,019 nilai maksimum = 0,08 dan nilai minimumnya = -0,06 dengan simpangan baku = 0,0411. Pada variable nilai perusahaan diperoleh keterangan nilai rata-rata = 0,840 nilai maksimum = 1,06 dan nilai minimum = 0,61 dengan simpangan baku = 0,123.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Berdasarkan teori statistika model linier hanya residu dari model regresi yang wajib diuji normalitasnya, sedangkan variabel independen dan dependen diasumsikan bukan fungsi distribusi jadi tidak perlu diuji normalitasnya. Hasil output dari pengujian normalitas dengan *Kolmogorov-Smirnov* adalah sebagai berikut.

Tabel 4.2
Uji Normalitas Data Step 1

	Unstandardized Residual
N	40
Kolmogorov-Smirnov Z	.946
Asymp. Sig. (2-tailed)	.310
a. Test distribution is Normal.	

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2018.

Tabel 4.3
Uji Normalitas Data Step 2

	Unstandardized Residual
N	40
Kolmogorov-Smirnov Z	.968
Asymp. Sig. (2-tailed)	.332
a. Test distribution is Normal.	

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2018.
Analisis data hasil Output :

- Uji normalitas data digunakan hipotesis sebagai berikut :

H₀: Data berdistribusi normal

H₁: Data tidak berdistribusi normal

- Kriteria penerimaan H₀

H₀ diterima jika nilai sig (2-tailed) > 5%.

Dari tabel step 1 diperoleh nilai sig = 0,310 = 31% > 5% , maka H₀ diterima.

diperoleh nilai sig = 0,332 = 33,2% > 5% , maka H₀ diterima. Artinya variabel *unstandardized* yang terdaftar di BEI berdistribusi normal.

Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik tidak terjadi korelasi antar variabel bebas. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolonieritas di dalam model regresi adalah dengan melihat nilai toleransi dan Variance Inflation Factor (VIF). Apabila nilai tolerance > 10% dan nilai VIF < 10, maka dapat disimpulkan tidak ada multikolinieritas antar variabel bebas dalam model regresi.

Tabel 4.4
Uji Multikolenieritas Step 1

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)	57.203	.000
	ROI	-.896	.376
	CSR	2.481	.018
	PROF	4.329	.000

a. Dependent Variable: NP

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2018

Tabel 4.5
Uji Multikolenieritas Step 2

Coefficients ^a		
Collinearity Statistics		
Model	Tolerance	VIF
(Constant)		
ROI	.825	1.213
CSR	.853	1.173
PROF	.732	1.366
SNM1	.866	1.154
SNM2	.853	1.173

a. Dependent Variable: NP

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel diatas terlihat setiap variabel bebas mempunyai nilai tolerance > 0,1 dan nilai VIF < 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antar variabel bebas dalam model regresi ini.

Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Heteroskedastisitas menunjukkan penyebaran variabel bebas. Penyebaran yang acak menunjukkan model regresi yang baik. Dengan kata lain tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji glejser yaitu pengujian dengan meregresikan nilai absolut residual terhadap variabel independent. Output dari proses di atas adalah sebagai berikut :

Tabel 4.6
Uji Glejser Step 1

Coefficients ^a			
Model		t	Sig.
1	(Constant)	2.033	0.056
	ROI	0.147	0.885
	CSR	-0.157	0.877
	PROF	0.435	0.668
	SNM1	-0.163	0.873
	SNM2	1.923	0.070

a. Dependent Variable: Abs_res
Data sekunder yang diolah, 2018

Tabel 4.7
Uji Glejser Step 2

Coefficients ^a			
Model		t	Sig.
1	(Constant)	3.788	.001
	ROI	1.057	.298
	CSR	.536	.596
	PROF	1.218	.232
	SNM1	-.003	.998
	SNM2	1.457	.154

a. Dependent Variable: Abs_res
Data sekunder yang diolah, 2018

Hasil tampilan output SPSS dengan jelas menunjukkan semua variabel independent mempunyai nilai sig \geq 0,05. Jadi tidak ada variabel independent yang signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependent Abs_res. Jadi dapat disimpulkan model regresi tidak mengandung adanya heterokedastisitas.

Analisis Regresi Berganda

Tabel 4.8
Analisis Regresi Berganda Step 1

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.840	.015		57.203	.000
	ROI	-.014	.018	-.114	-.896	.376
	CSR	.038	.015	.311	2.481	.018
	PROF	.069	.018	.563	4.329	.000

a. Dependent Variable: NP

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2018

Tabel 4.9
Analisis Regresi Berganda Step 2

Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	.967	.019	
	ROI	.001	.010	.010
	CSR	.045	.010	.368
	PROF	.038	.011	.308
	SNM1	-.074	.014	-.436
	SNM2	-.062	.012	-.410

a. Dependent Variable: NP

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.8 dan tabel 4.9 di atas diperoleh persamaan regresi berganda sebagai berikut :

Step 1 : -0,114 ROI + 0,311 CSR + 0,563 .

Step 2 : 0,01 ROI + 0,368 CSR + 0,308 Prof - 0,436 SNM1 - 0,410 SNM2

Pengujian Hipotesis

Pengujian Hipotesis secara Parsial (Uji t)

Uji t dilakukan untuk mengetahui apakah secara individu (parsial) variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara signifikan atau tidak. Hasil output dari SPSS adalah sebagai berikut.

Tabel 4.10
Uji Parsial Step 1

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.840	.015		57.203	.000
	ROI	-.014	.018	-.114	-.896	.376
	CSR	.038	.015	.311	2.481	.018
	PROF	.069	.018	.563	4.329	.000

a. Dependent Variable: NP

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2018

Tabel 4.11
Uji Parsial Step 2.

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.967	.019		50.491	.000
	ROI	.001	.010	.010	.118	.907
	CSR	.045	.010	.368	4.501	.000
	PROF	.038	.011	.308	3.487	.001
	SNM1	-.074	.014	-.436	-5.373	.000
	SNM2	-.062	.012	-.410	-5.007	.000

a. Dependent Variable: NP

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2018

Hipotesis :

Ho : Variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Ha : Variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

Kriteria pengambilan keputusan :

Dengan tingkat kepercayaan = 95% atau (α) = 0,05. Derajat kebebasan (df) = n - k - 1 = 40 - 5 = 35, diperoleh dari nilai $t_{hitung} = 2,030$.

Ho diterima apabila $- t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$ atau $sig \geq 5\%$.

Ho ditolak apabila ($t_{hitung} < - t_{tabel}$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$) dan $sig < 5\%$.

Hasil pengujian statistik dengan SPSS pada *step 2* variabel ROI diperoleh nilai $t_{hitung} = 0,118$ dan $sig = 0,907 = 90,7\% > 5\%$ jadi **Ho diterima**. Ini berarti ROI tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI.

Pada variabel CSR diperoleh nilai $t_{hitung} = 4,501$ dengan nilai $sig = 0,000 = 0,00\% < 5\%$ jadi **Ho ditolak**, Ini berarti

variabel independen CSR secara statistik berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen nilai perusahaan yang terdaftar di BEI.

Pada variabel profitabilitas diperoleh nilai $t_{hitung} = 3,487$ dan $sig = 0,001 = 0,1\% < 5\%$ jadi **Ho ditolak**. Ini berarti variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap CSR pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI.

Pada variabel SNM1 diperoleh nilai $t_{hitung} = -5,373$ dan $sig = 0,000 = 0,0\% < 5\%$ jadi **Ho ditolak**. Ini berarti variabel independen SNM1 berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. dengan kata lain profitabilitas berpengaruh terhadap hubungan antara ROI dengan nilai perusahaan.

Pada variabel SNM2 diperoleh nilai $t_{hitung} = -5,007$ dan $sig = 0,000 = 0,0\% < 5\%$ jadi **Ho ditolak**. Ini berarti variabel independen SNM1 berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. dengan kata lain profitabilitas berpengaruh terhadap hubungan antara ROI dengan nilai perusahaan.

Pengujian Hipotesis secara Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan untuk melihat keberartian pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen atau sering disebut uji kelinieran persamaan regresi.

Hipotesis:

$H_0 : \beta = 0$ (Variabel dependen secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel dependen).

$H_1 : \beta \neq 0$ (Variabel dependen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen).

Pengambilan keputusan:

Ho diterima jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $sig < 0,05$.

H_1 diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ dan $sig > 0,05$.

Dengan $n = 40$ $k = 5$ diperoleh $F_{tabel} = 2,46$.

Hasil perhitungan uji F dapat dilihat pada tabel anova dibawah ini

Tabel 4.12
Uji Simultan Step 1

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.283	3	.094	10.947	.000 ^b
	Residual	.310	36	.009		
	Total	.594	39			

a. Predictors: (Constant), PROF, CSR, ROI
b. Dependent Variable: NP

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2018

Tabel 4.13
Uji Simultan Step 2

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.478	5	.096	28.270	.000 ^b
	Residual	.115	34	.003		
	Total	.594	39			

a. Predictors: (Constant), SNM2, SNM1, ROI, CSR, PROF
b. Dependent Variable: NP

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2018

Pada tabel Anova diperoleh nilai $F_{step 1} = 10,947$ dan $sig = 0,000 < 5 \%$ ini berarti variabel independen CSR, ROI, PROF secara simultan benar-benar berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen nilai perusahaan dan pada tabel Anova diperoleh nilai $F_{step 2} = 28,27$ dan $sig = 0,000 < 5 \%$ ini berarti variabel independen SNM2, CSR, SNM1, ROI, PROF secara simultan benar-benar berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen nilai perusahaan Dengan kata lain variabel-variabel independen SNM2, CSR, SNM1, ROI, PROF mampu menjelaskan besarnya variabel dependen nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur pulp dan kertas yang terdaftar di BEI.

Koefisien Determinasi Ganda (R^2)

Untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel dependen dapat dilihat pada table model summary dibawah ini.

Tabel 4.14
Uji Determinasi Step 1

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.691 ^a	.477	.433	.09286

a. Predictors: (Constant), PROF, CSR, ROI

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2018

Tabel 4.15
Uji Determinasi Step 2

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.898 ^a	.806	.778	.05818

a. Predictors: (Constant), SNM2, CSR, SNM1, ROI, PROF

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2018

Pada tabel 4.14 *step 1* tabel diatas diperoleh nilai Adjusted $R^2 = 0,433 = 43,3\%$, ini berarti variabel bebas SNM2, CSR, SNM1, ROI, PROF secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependent CSR sebesar 43,3% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini.

Pada tabel 4.15 *step 2* diatas diperoleh nilai Adjusted $R^2 = 0,778 = 77,8\%$, ini berarti variabel bebas SNM2, CSR, SNM1, ROI, PROF secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependent CSR sebesar 77,8% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hipotesis hasil penelitian di atas dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel *Return On Investment* (ROI) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur pulp dan kertas yang terdaftar di BEI, karena nilai sig = $0,907 > 0,05$.
2. Variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur pulp dan kertas yang terdaftar di BEI, karena nilai sig = $0,000 < 0,05$, variabel independen CSR secara statistik berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen nilai perusahaan.
3. Variabel *Return On Investment* (ROI) dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur pulp dan kertas yang terdaftar di BEI. Nilai F *step 1* = 10,947 dan sig = $0,000 < 5\%$ ini berarti variabel independen CSR, ROI, PROF secara simultan benar-benar berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen nilai perusahaan dan pada tabel Anova diperoleh nilai F *step 2* = 28,27 dan sig = $0,000 < 5\%$ ini berarti variabel independen SNM2, CSR, SNM1, ROI, PROF secara simultan benar-benar berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen nilai perusahaan.
4. Variabel Profitabilitas berpengaruh terhadap hubungan antara *Return On Investment* (ROI) dengan nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur pulp dan kertas yang terdaftar di BEI diperoleh nilai sig = $0,000 < 0,05$.
5. Profitabilitas berpengaruh terhadap hubungan antara *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur pulp dan kertas yang terdaftar di BEI diperoleh nilai sig = $0,000 < 0,05$.

Responsibility (CSR) dengan nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur pulp dan kertas yang terdaftar di BEI, diperoleh nilai sig = 0,000 < 0,05.

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang mungkin dapat menimbulkan gangguan terhadap hasil penelitian, antaranya adalah :

1. Penelitian ini menggunakan *Return On Investment* (ROI) dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel independen dalam pengaruhnya terhadap nilai perusahaan.
2. Periode penelitian yang dilakukan oleh peneliti terbatas selama lima tahun.
3. Pengambilan sampel, yaitu hanya terbatas pada perusahaan manufaktur sektor pulp dan kertas saja sehingga hasil penelitian kemungkinan berbeda jika dilakukan penelitian terhadap seluruh perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Saran

Saran yang diberikan berkaitan dengan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Sebaiknya institusi yang memiliki saham diperusahaan terus

mendorong perusahaannya untuk mengungkapkan pengungkapan sosial dengan proporsi lebih banyak mengingat dengan banyaknya nilai perusahaan yang diungkapkan investor dan masyarakat akan memberikan respon positif pada perusahaan tersebut.

2. Penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan seluruh perusahaan dengan sampel yang lebih banyak dan tahun pengamatan yang lebih lama.
3. Penelitian selanjutnya diharapkan melibatkan pihak lain dalam menentukan luas pengungkapan sebagai bahan pemeriksaan kembali.

DAFTAR PUSTAKA

Anggitasari, Niyanti dan Siti Mutmainah. 2012. Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan Struktur *Good Corporate Governance* sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Akuntansi Diponegoro*.

Anwar, S., Haerani, S & Pagalung, G. 2010. Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan dan Harga Saham. *Online*, <http://pasca.unhas.ac.id/jurnal/files> . Diunduh tanggal 20 Februari 2018.

Brigham dan Houston, 2010.

- Pengertian *Price earning Ratio* (ER) *weblog* at <http://www.kajianpustaka.com>.
Diakses tanggal 25 Januari 2018.
- Entris. 2013. Analisis rasio keuangan.
<https://repository.unisba.ac.id>.
Diakses tanggal 28 Januari 2018.
- Fahmi, Irham. 2011. Pengertian Rasio Profitabilitas
<https://repository.widyatama.ac.id>
<http://adaddanuarta.blogspot.co.id/2014/11/profitabilitas-menurut-para-ahli.html>. Diakses tanggal 27 Januari 2018.
- Fenandar (2012) pengertian nilai perusahaan
<http://www.repository.umy.ac.id>.
Diakses tanggal 25 Januari 2018.
- Ghozali, Imam. 2013. Aplikasi Analisis *Multivariate* dengan Program SSS. Edisi ketujuh. Semarang Badan Penerbit Undip.
- Hakson, David and Markus J. Milne 1996. *Some Determinants of Social and Environmental Disclosure in New Zealand Companies*". *Accounting, Auditing and Accountability Journal*. Vol. 9, No. 1
- Harahap. 2010. Analisis rasio keuangan.
<https://repository.unisba.ac.id>.
Diakses tanggal 27 Januari 2018.
- Hardiningsih, P., 2011. Struktur Kepemilikan, Kebijakan Deviden, Kebijakan Utang dan Nilai Perusahaan *Ownership Structure Deviden Policy and Debt Policy and Firm Value*. *Dinamika Keuangan dan Perbankan*.
- Hartanty, Ellya. 2013. Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan dan *Return On Investment* (ROI) terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2008-2012. *Fakultas Ekonomi Universitas Maritim Raja Ali Haji (UMRAH)*.
- Hermawan. 2014. Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sebagai Variabel Pemoderasi.
- Indrajaya, Glen. 2011. Pengaruh Struktur Aktiva, Ukuran Perusahaan, Tingkat Pertumbuhan, Profitabilitas dan Resiko Bisnis terhadap Nilai Perusahaan. Pada Perusahaan yang Listing di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akuntansi tahun 2011*.
- Ikatan Akuntan Indonesia. Standar Akuntansi Keuangan. Jakarta : Penerbit Salemba Empat.
- Kasmir. 2010. Analisis Laporan Keuangan Jakarta : Rajawali Pers.
- Keown dan A. jhon, 2011. *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*. Edisi Kesepuluh jilid 2. Penerbit PT. Indeks. Jakarta.
- Kiroyan, Noke. 2006. "Good Corporate Governance (GCG) dan Corporate Social Responsibility (CSR) Adakah Kaitan di Antara Keduanya?" *Economic Business Accounting Review*. Edisi III.
- Kusumadilaga, Rimba. 2010. Pengaruh Coporate Social Responsibility (CSR) terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating. (Studi

- Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang*.
- Mahendra, A. 2011. Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan (Kebijakan Deviden sebagai Variabel Moderating) pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia. *Tesis. Universitas Udayana. Bali*.
- Maria, M. Ratna Sari. 2013. Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*.
- Nurhayati. 2012. Analisis pengaruh Kinerja Keuangan, *Good Corporate Governance* dan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan yang terdaftar dalam LQ45. *Fakultas Ekonomi, Universitas Gunadarma*.
- Nurhayati, Mafizatun. 2013. Profitabilitas, Likuiditas dan kuran Perusahaan pengaruh terhadap Nilai Perusahaan sektor non jasa. *Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana Jakarta*.
- Nurmala, S. 2010. Pengaruh Rasio Profitabilitas dan Leverage terhadap *Return Saham* (studi empiris perusahaan manufaktur di BEI). *Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah*.
- Pengertian Tobin's Q *weblog at <http://www.kajianpustaka.com>. Diakses tanggal 25 Januari 2018*.
- Permanasari, Wien. 2010. Pengaruh Kepemilikan Manajemen, Kepemilikan Institusional, dan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan. *Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang*.
- Rahayu, Sri. 2010. Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* sebagai Variabel Pemoderasi. *Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro*.
- Ramadhani. 2012. Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan Prosentase kepemilikan Manajemen sebagai variabel Moderating pada Perusahaan mManufaktur yang terdaftar di BEI. *Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro Semarang*
- Rakhiemah, A. N. dan Agustia, D. 2009. Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap CSR *Disclosure* dan Kinerja Finansial Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Symposium Nasional Akuntansi XII. Palembang*.
- Rawi dan Munawar. 2010. Definisi CSR. <https://media.neliti.com>. *Diakses tanggal 28 Januari 2018*.
- Reny Dyah, R. M. 2012. Pengaruh GCG dan Pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2007-2010). *Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Restuningdyah*. 2010. *Pengungkapan CSR*. <https://repository.uksw.edu>. *Diakses tanggal 28 Januari 2018*.

- Saridewi, Sisca. 2016. Pengaruh *Return On Investment* dan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan.
- Sartono, 2010. pengertian nilai perusahaan menurut para ahli *weblog* at <http://www.kajianpustaka.com>.
Diakses tanggal 25 Januari 2018.
- Setiawan, A. C. 2014. Pengaruh Struktur Modal dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. (Studi pada Perusahaan Otomotif dan Komponen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2010-2013). *Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang*.
- Sudana, 2011. Pengukuran nilai perusahaan menurut para ahli *weblog* at <http://www.kajianpustaka.com>.
Diakses tanggal 25 Januari 2018.
- Sugiyono. 2010. Metode penelitian Kuantitatif, Kualitatis dan R & D. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. Metode Penelitian Pendidikan. Bandung : Alfabet.
- Sujoko dan Soebintoro, U., 2007. Pengaruh Struktur Kepemilikan Saham, Leverage, Faktor Internal dan Faktor Ekternal terhadap Nilai Perusahaan. Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur dan Non Manufaktur di Bursa Efek Jakarta.
- Susanti, R. 2010. Analisis Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Skripsi, *Manajemen Keuangan Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang*.
- Syamsuddin. 2010. Pengertian Rasio Profitabilitas
<http://www.kajianpustaka.com>.
Diakses tanggal 28 Januari 2018.
- Syaiful. 2012. Analisis rasio keuangan.
<https://repository.unisba.ac.id> .
Diakses tanggal 28 Januari 2018.
- Windhu Eko, P. 2013. Analisis rasio keuangan.
<https://repository.unisba.ac.id> .
Diakses tanggal 27 Januari 2018.