

## Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Corporate Social Responsibility*, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Septian Ricko Aryono<sup>1</sup>, Suprihatmi SW<sup>2</sup>, D. Ririn Indriastuti<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Universitas Slamet Riyadi, Indonesia

E-mail: rickoaryono2@gmail.com<sup>1</sup>, bupri1960@gmail.com<sup>2</sup>, Infriastuti\_ririn@yahoo.co.id<sup>3</sup>

### Article History:

Received: 14 September 2025

Revised: 30 September 2025

Accepted: 06 Oktober 2025

### Keywords:

Ukuran Perusahaan, CSR, Profitabilitas, Nilai Perusahaan, Regresi Berganda

**Abstract:** Pada era globalisasi, persaingan bisnis semakin ketat. Kondisi ini menuntut perusahaan untuk bertindak kreatif, inovatif, dan mampu menyesuaikan diri terhadap berbagai perubahan, baik dalam perekonomian domestik maupun dalam permintaan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh ukuran perusahaan, *Corporate Social Responsibility* (CSR), dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada sektor perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2019–2023. Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel ditentukan dengan metode purposive sampling, sedangkan teknik pengumpulan data menggunakan dokumentasi. Hasil uji asumsi klasik menunjukkan bahwa model regresi memenuhi uji asumsi klasik. Berdasarkan uji ANOVA, diperoleh nilai *F*-hitung sebesar 12,493 dengan signifikansi  $0,000 < 0,05$  yang menandakan bahwa model layak digunakan. Uji parsial menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, CSR, dan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,469 mengindikasikan bahwa variabel independen mampu menjelaskan 46,9% variasi nilai perusahaan, sedangkan sisanya 53,1% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

## PENDAHULUAN

Pada era globalisasi, persaingan bisnis semakin ketat sehingga perusahaan dituntut untuk lebih kreatif, inovatif, serta mampu menyesuaikan diri terhadap perubahan, baik perubahan perekonomian maupun permintaan konsumen, guna meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan sendiri diartikan sebagai harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual (Husnan, 2014:7). Tingginya nilai perusahaan mencerminkan keberhasilan manajemen dalam meningkatkan kepercayaan serta kesejahteraan pemegang saham (Yanti dan Darmayanti, 2019). Salah satu indikator yang sering digunakan untuk menilai nilai perusahaan adalah harga saham, karena semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi pula nilai perusahaan. Banyak faktor yang dapat memengaruhi nilai perusahaan, di antaranya ukuran perusahaan, *Corporate Social Responsibility* (CSR), dan profitabilitas. Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang dapat dilihat dari jumlah modal, total aset, maupun penjualan. Perusahaan dengan aset besar umumnya lebih mudah memperoleh pendanaan

baik internal maupun eksternal, sehingga mampu meningkatkan nilai perusahaan (Dewi dan Praptoyo, 2022; Holyfil dan Ekadjaja, 2021). Namun, hasil penelitian sebelumnya menunjukkan perbedaan temuan: Jihadi dkk. (2021) menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sementara Holyfil dan Ekadjaja (2021) menunjukkan hasil yang tidak signifikan pada perusahaan manufaktur. Selain ukuran perusahaan, CSR juga dianggap berperan penting dalam meningkatkan nilai perusahaan. CSR dipandang sebagai bentuk komitmen etis perusahaan untuk turut berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat dan lingkungan (Kadek dan I Gede, 2017; Hadi, 2011). Implementasi CSR yang baik dapat menciptakan citra positif, meningkatkan kepercayaan publik, dan pada akhirnya memperkuat nilai perusahaan. Namun, hasil penelitian mengenai pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan juga bervariasi. Adiputra dan Hermawan (2020) menunjukkan bahwa CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan Apridawati dan Hermanto (2020) menemukan hasil yang tidak signifikan pada perusahaan perbankan. Profitabilitas juga merupakan faktor penting yang memengaruhi nilai perusahaan. Semakin tinggi kemampuan perusahaan menghasilkan laba, semakin besar pula return yang diharapkan investor, sehingga meningkatkan permintaan saham dan menaikkan nilai perusahaan (Kasmir, 2016). Penelitian Yanti dan Darmayanti (2019) menemukan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan penelitian Wahyuni dan Santoso (2019) menunjukkan hasil berbeda pada sektor pertanian. Fenomena pandemi Covid-19 juga memengaruhi dinamika keuangan perusahaan, khususnya sektor perbankan. Pandemi menyebabkan penurunan aktivitas pinjam-meminjam, ketidakstabilan keuangan, dan perubahan perilaku masyarakat dalam mengelola keuangan. Di sisi lain, perbankan tetap dituntut untuk melaksanakan tanggung jawab sosial melalui program kemitraan dan bina lingkungan sebagai bagian dari CSR yang dapat memperkuat citra perusahaan. Berdasarkan latar belakang dan fenomena tersebut, penelitian ini berfokus pada pengaruh ukuran perusahaan, CSR, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada sektor perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019–2023:

1. Seberapa besar pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019–2023?
2. Seberapa besar pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019–2023?
3. Seberapa besar pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019–2023?
4. Seberapa besar pengaruh ukuran perusahaan, *Corporate Social Responsibility*, dan profitabilitas secara simultan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019–2023?

Dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan tersebut, diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat, khususnya bagi pengembangan ilmu pengetahuan, sebagai sumber bacaan atau referensi yang dapat memberikan informasi teoritis maupun empiris kepada peneliti selanjutnya, serta menambah literatur mengenai pengaruh ukuran perusahaan, CSR, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

## **LANDASAN TEORI**

### **Manajemen Keuangan**

Menurut Darsono (2011:101), manajemen keuangan merupakan aktivitas yang dilakukan pemilik maupun manajemen perusahaan untuk memperoleh sumber modal dengan biaya

serendah mungkin serta menggunakannya secara efektif, efisien, dan ekonomis guna menghasilkan laba. Agus Sartono (2015:6) yang menyatakan bahwa manajemen keuangan dapat diartikan sebagai pengelolaan dana yang berkaitan dengan pengalokasian dana ke dalam berbagai bentuk investasi secara efektif, sekaligus usaha penghimpunan dana untuk pembiayaan investasi secara efisien. Sutrisno (2017:3) juga menjelaskan bahwa manajemen keuangan mencakup seluruh aktivitas perusahaan yang berhubungan dengan upaya memperoleh dana dengan biaya murah serta penggunaannya secara efisien. Dari berbagai definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa manajemen keuangan adalah aktivitas perusahaan dalam memperoleh dan mengelola dana atau modal untuk menghasilkan laba melalui pengalokasian yang efektif, efisien, dan ekonomis.

### **Nilai Perusahaan**

Dewi dan Praptoyo (2022) menjelaskan bahwa nilai perusahaan merupakan penilaian investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan, yang sering dikaitkan dengan harga saham. Nilai perusahaan umumnya diukur dengan rasio pasar, di antaranya *Price Earning Ratio* (PER), *Tobin's Q*, dan *Price Book Value* (PBV). PER menekankan pada perbandingan harga saham dengan laba bersih per saham, sehingga dapat menunjukkan kewajaran harga saham perusahaan. *Tobin's Q* menggambarkan perbandingan antara nilai pasar perusahaan dengan biaya penggantian aset, yang dapat mencerminkan nilai intrinsik perusahaan. Sementara itu, PBV digunakan untuk melihat sejauh mana pasar menghargai nilai buku ekuitas perusahaan, sehingga dapat menilai kinerja manajemen dalam mengelola modal perusahaan. Dalam penelitian ini, nilai perusahaan diukur menggunakan *Price Book Value* (PBV)

### **Ukuran Perusahaan**

Menurut Nuraina (2012), ukuran perusahaan menjelaskan besar kecilnya suatu perusahaan yang ditunjukkan oleh total aktiva, jumlah penjualan, rata-rata total penjualan, dan rata-rata total aktiva. Hamzah dan Widyawati (2020) menyatakan bahwa ukuran perusahaan dapat diklasifikasikan berdasarkan total aset dan total modal. Perusahaan dengan aset yang besar memberikan keleluasaan lebih bagi manajemen dalam mengelola sumber daya yang dimiliki. Menurut Harahap (2011:23), ukuran perusahaan dapat diukur menggunakan logaritma natural (Ln) dari total aset, karena total aset mencerminkan besarnya perusahaan dan berpotensi memengaruhi berbagai keputusan. Dari berbagai definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan merupakan tolak ukur besar kecilnya aset yang dimiliki perusahaan dan menjadi indikator penting dalam menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan produk atau jasa. Dalam penelitian ini, ukuran perusahaan diukur dengan logaritma natural dari total aset, karena semakin besar total aset maka semakin besar pula ukuran perusahaan.

### ***Corporate Social Responsibility***

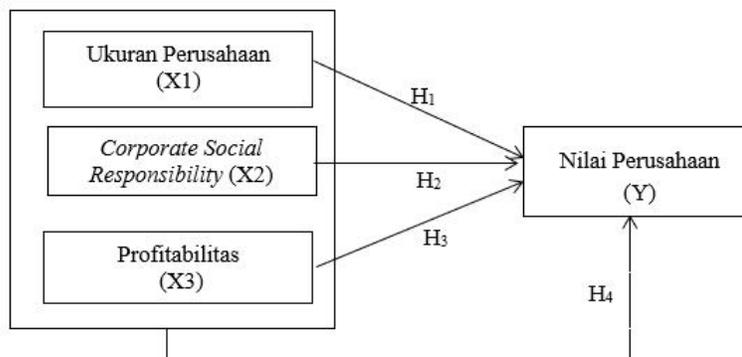
Kotler dan Lee (2015:3) menjelaskan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan komitmen perusahaan secara sukarela untuk berkontribusi dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat, di luar kewajiban hukum seperti pembayaran pajak atau kepatuhan terhadap undang-undang ketenagakerjaan. CSR dipahami sebagai tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat di luar tanggung jawab ekonomis semata. Dalam penelitian, CSR biasanya diukur menggunakan *Corporate Social Responsibility Index* (CSRI), yaitu pengungkapan informasi CSR yang dilakukan perusahaan berdasarkan item tertentu. Setiap item pengungkapan diberi skor, dimana skor 1 diberikan apabila perusahaan mengungkapkan item dalam indeks, sedangkan skor 0 diberikan apabila tidak diungkapkan. Dengan demikian, nilai CSRI perusahaan berada pada rentang 0 hingga 1, yang mencerminkan seberapa luas

pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (Holyfil & Ekadjaja, 2021).

### Profitabilitas

Kasmir (2016:196), rasio profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan, sekaligus menggambarkan tingkat efektivitas manajemen dalam mengelola sumber daya yang dimiliki. Rasio ini menjadi penting karena laba yang diperoleh perusahaan mencerminkan keberhasilan dalam aktivitas penjualan maupun pengelolaan investasi. Hery (2015:192) menambahkan bahwa rasio profitabilitas memiliki beberapa tujuan, di antaranya untuk mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba selama periode tertentu, membandingkan laba dari tahun ke tahun, menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu, serta mengevaluasi efisiensi perusahaan dalam memanfaatkan aset, ekuitas, maupun dana yang tertanam untuk menghasilkan keuntungan. Dalam praktiknya, terdapat berbagai ukuran profitabilitas, antara lain *Net Profit Margin* (NPM), *Return on Assets* (ROA), *Return on Equity* (ROE), *Return on Investment* (ROI), dan *Earning Per Share* (EPS). Masing-masing indikator memberikan gambaran berbeda terkait sumber keuntungan perusahaan. Dalam penelitian ini, profitabilitas diukur menggunakan *Return on Assets* (ROA). ROA dipandang relevan karena mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dengan memanfaatkan total aset yang dimilikinya. Semakin tinggi nilai ROA, maka semakin efektif perusahaan dalam menggunakan aset untuk memperoleh keuntungan (Kasmir, 2017:202).

### Kerangka Pemikiran



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Variabel bebas dalam penelitian ini meliputi ukuran perusahaan, *Corporate Social Responsibility* (CSR), dan profitabilitas. Sedangkan, variabel terikat yang digunakan adalah nilai perusahaan. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan, CSR, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan, baik secara parsial maupun simultan.

### METODE PENELITIAN

Penelitian ini membahas nilai perusahaan pada sektor perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2019–2023. Tujuannya adalah untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan, Corporate Social Responsibility (CSR), dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif. Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh melalui Bursa Efek Indonesia. Pemilihan sampel dilakukan dengan metode purposive sampling, sedangkan teknik pengumpulan data menggunakan dokumentasi dengan mengumpulkan informasi yang relevan dengan objek penelitian.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Analisis Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif mencakup nilai minimum, nilai maksimum, nilai rata-rata, dan standar deviasi yang terdapat dalam data penelitian. Analisis deskriptif diolah menggunakan SPSS 26 dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 1. Analisis Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics		Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Ukuran Perusahaan (Size) (X1)	Perusahaan	31.97165675	35.22818895	33.6532172285	1.00620542197
CSR (X2)		.28571400	.53846200	.4153843500	.07507762114
Profitabilitas (ROA) (X3)	(ROA)	.0020820310	.2045862560	.017316319175	.0313985441073
Nilai Perusahaan (PBV) (Y)		.0011201730	21.4208313300	1.702039689850	3.4123971744904

Sumber: Data diolah SPSS 26

### Uji Asumsi Klasik

Tabel 2. Uji Normalitas

Uji Normalitas	
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
Asymp. Sig. (2-tailed)	.200 <sup>c,d</sup>

Sumber: Data diolah SPSS 26

Nilai Asymp. Sig (2-tailed) sebesar  $0,200 > 0,05$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa residual terdistribusi normal

Tabel 3. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas			
Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Ukuran Perusahaan (Size) (X1)	.593	1.687	Tidak terjadi multikolonieritas
CSR (X2)	.594	1.683	Tidak terjadi multikolonieritas
Profitabilitas (ROA) (X3)	.993	1.007	Tidak terjadi multikolonieritas

Sumber: Data diolah SPSS 26

Tabel 4. Uji Heterokedastisitas

Uji Heteroskedastisitas					
Variabel	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
Ukuran Perusahaan (Size) (X1)	.368	.574	.134	.641	.526
CSR (X2)	5.370	7.683	.146	.699	.489
Profitabilitas (ROA) (X3)	7.967	14.206	.090	.561	.578

Sumber: Data diolah SPSS 26

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa masing-masing variabel memiliki nilai Sig. > 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 5. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi	
Runs Test	
Asymp. Sig. (2-tailed)	.519

Sumber: Data diolah SPSS 26

Nilai Asymp. Sig (2-tailed) sebesar 0,519 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa residual menyebar secara acak sehingga tidak terjadi autokorelasi

### Uji F

Tabel 6. Uji F

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	76.180	3	25.393	12.493	.000 <sup>b</sup>
	Residual	73.172	36	2.033		
	Total	149.352	39			

Sumber: Data diolah SPSS 26

Berdasarkan Tabel ANOVA menunjukkan bahwa model regresi memiliki nilai F-hitung sebesar 12,493 dengan nilai Sig. 0,000 < 0,05. Dengan demikian, H<sub>0</sub> ditolak yang berarti model layak digunakan untuk memprediksi pengaruh X<sub>1</sub> (Ukuran Perusahaan), X<sub>2</sub> (CSR), dan X<sub>3</sub> (Profitabilitas) terhadap Y (Nilai Perusahaan).

### Uji t

Tabel 7. Uji t

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
		B	Std. Error	Beta	t	
1	(Constant)	-24.570	8.957		-2.743	.009
	Ukuran Perusahaan (Size) (X <sub>1</sub> )	.655	.295	.337	2.224	.033
	CSR (X <sub>2</sub> )	9.288	3.945	.356	2.354	.024
	Profitabilitas (ROA) (X <sub>3</sub> )	20.713	7.295	.332	2.839	.007

Sumber: Data diolah SPSS 26

Tabel di atas menunjukkan bahwa seluruh variabel bebas memiliki nilai signifikansi lebih kecil dari α (0,05), sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = -24,570 + 0,655 X_1 + 9,288 X_2 + 20,713 X_3 + e$$

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

Tabel 8. Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.714 <sup>a</sup>	.510	.469	1.42568

Sumber: Data diolah SPSS 26

Berdasarkan tabel di atas, nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,469 atau 46,9%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel bebas, yaitu ukuran perusahaan, CSR, dan profitabilitas, mampu menjelaskan 46,9% variasi pada variabel nilai perusahaan, sedangkan sisanya sebesar 53,1% dijelaskan oleh faktor lain di luar penelitian ini.

### **Pembahasan Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan**

Ukuran perusahaan mencerminkan besar kecilnya suatu perusahaan, yang dapat dilihat dari jumlah modal, total aset, dan total penjualan. Pada perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019–2023, ukuran perusahaan memiliki nilai minimum 31,972, maksimum 35,228, dan rata-rata 33,653. Hasil analisis menunjukkan bahwa ukuran perusahaan (X1) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (Y), dengan koefisien 0,655, nilai t-hitung 2,224, dan signifikansi 0,033 (<0,05). Hal ini berarti semakin besar ukuran perusahaan, semakin tinggi pula nilai perusahaannya.

### **Pembahasan Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan**

*Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat di luar aspek ekonomis. Dalam penelitian ini, CSR diukur menggunakan *Corporate Social Responsibility Index* (CSRI) dengan variabel dummy, yaitu skor 0 apabila perusahaan tidak mengungkapkan item dalam indeks, dan skor 1 apabila perusahaan mengungkapkan item tersebut. Pada perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019–2023, nilai CSR memiliki minimum 0,286, maksimum 0,538, dan rata-rata 0,415. Hasil analisis menunjukkan bahwa CSR (X2) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (Y), dengan koefisien 9,288, nilai t-hitung 2,354, dan signifikansi 0,024 (<0,05).

### **Pembahasan Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan**

Profitabilitas dalam penelitian ini diproksikan dengan *Return on Equity* (ROE), yang mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari modal sendiri. Hasil penelitian pada perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019 – 2023 menunjukkan nilai profitabilitas minimum 0,00208, maksimum 0,2046, dan rata-rata 0,0173. Nilai rata-rata ini mengindikasikan kinerja perusahaan yang semakin baik. Hasil uji regresi memperlihatkan bahwa profitabilitas (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (Y), dengan koefisien 20,713, t-hitung 2,839, dan signifikansi 0,007 (<0,05).

### **Pembahasan Pengaruh Ukuran Perusahaan, CSR, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan**

Nilai perusahaan yang diproksikan melalui *Price to Book Value* (PBV) pada perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019 – 2023 memiliki nilai minimum 0,0011, maksimum 21,421, dan rata-rata 1,702. Angka ini menunjukkan kondisi yang baik karena rata-rata PBV berada di atas 1, yang berarti nilai pasar saham lebih besar daripada nilai bukunya. Hasil regresi menunjukkan F-hitung 12,493 dengan signifikansi 0,000 (<0,05), sehingga model dinyatakan layak. Nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,469 mengindikasikan bahwa ukuran perusahaan, CSR, dan profitabilitas mampu menjelaskan 46,9% variasi nilai perusahaan, sementara sisanya dipengaruhi faktor lain di luar penelitian ini.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, di mana semakin besar total aset maka semakin tinggi pula nilai perusahaan. *Corporate Social Responsibility* (CSR) juga berpengaruh signifikan karena pengungkapan CSR mampu meningkatkan kepercayaan publik. Selain itu, profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, di mana semakin tinggi tingkat profitabilitas maka semakin besar nilai perusahaan. Secara simultan, ukuran perusahaan, CSR, dan profitabilitas terbukti berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019–2023. Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan, saran yang dapat disampaikan adalah agar penelitian selanjutnya memperluas objek pada perusahaan dengan bidang usaha yang lebih beragam serta menambah periode penelitian sehingga hasil yang diperoleh lebih akurat. Selain itu, penelitian berikutnya disarankan untuk menambahkan atau mengganti variabel bebas lain yang berpotensi memengaruhi nilai perusahaan.

## DAFTAR REFERENSI

- Adiputra I Gede, dan Hermawan A. 2020. “The effect of corporate social responsibility, firm size, dividend policy and liquidity on firm value: evidence from manufacturing companies in indonesia”. *International Journal of Innovation Creativity and Change. Volume 11, Issue 6, 2020.*
- Agus Sartono. 2015. *Manajemen Keuangan : Teori dan Aplikasi*, Edisi ke Empat, BPFE:Yogyakarta.
- Apridawati, N. D. dan S. B. Hermanto. 2020. “Pengaruh Corporate Social Responsibility, Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan”. Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi : Volume 11, Nomor 2.*
- Brigham, E.F dan M.C Ehrhardt. 2006. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Salemba Empat. Jakarta.
- Darsono Dan Tjatjuk, Siswandoko, 2011, *Manajemen Sumber Daya Manusia Abad 21*, Nusantara Consulting, Jakarta
- Dewi Lani A dan Praptoyo Sugeng. 2022. “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan”. *Jurnal Edunomic. Vol. 7, No.1, hlm 37-52.*
- Ghozali, I. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM.SPSS*. Edisi Ke 5. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hadi, N. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Graha Ilmu. Yogyakarta
- Hamzah A, dan Widyawati D. 2020. “Pengaruh Profitabilitas, Pengungkapan Corporate Social Responsibility, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan”. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi : Volume 9, Nomor 9,*
- Harahap, Sofyan Syafri. 2011. *Analisis Kritis atas laporan Keuangan*. Edisi Pertama Cetakan ke sepuluh. Jakarta : PT Bumi Aksara.
- Hardianti E, Mahsuni A.W, dan Mawardi M. C. 2019. “Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Kebijakan Dividen, Dan Corporate Social Responsibility (Csr) Terhadap Nilai Perusahaan” *E-JRA Vol. 09 No. 06.*
- Hery. 2015. *Analisis Laporan Keuangan. Edisi Pertama*. Center For Academic Publishing Service. Yogyakarta.
- Husnan dan Pudjiastuti. 2012. *Dasar- Dasar Manajemen Keuangan (6 th ed)*. Yogyakarta: UPP STIM YPKN.

- Husnan, Suad. 2014. *Manajemen Keuangan Teori dan Penerapan (Keputusan Jangka Panjang)*. Edisi Keempat. Yogyakarta: BPF
- Holyfil D Dan Ekadjaja A. 2021. "Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Ukuran Perusahaan, Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan". *Jurnal Multiparadigma Akuntansi, Volume III No. 2/2021 Edisi April Hal: 497-505*.
- Jihadi M, Vilantika E, Hashemi S.M, Arifin Z, Bachtiar Y, Sholichah F. 2021. "The Effect of Liquidity, Leverage, and Profitability on Firm Value: Empirical Evidence from Indonesia". *Journal of Asian Finance, Economics and Business Vol 8 No 3*.
- Kasmir, 2013. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kasmir, 2016. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Kasmir. 2017. *Analisis Laporan Keuangan*. Edisi Pertama. Cetakan Kesepuluh. PT RajaGrafindo Persada. Jakarta.
- Kotler, Philip and Nancy Lee. 2015. *Corporate Social Responsibility : Doing the Most Good for Your Company and Your Cause*. New Jersey: John Willey and Sons, Inc.
- Kayo, ES. (2020, 22 Februari). Sub Sektor Bank BEI (81). Industri Jasa. Dikases pada 2 Januari 2024. Dari <https://www.sahamok.net/emiten/sektor-keuangan/sub-sektor-bank>.
- Panggabean M.R. 2018. "Pengaruh Corporate Social Responsibility, Ukuran Perusahaan, Struktur Modal Dan Tax Avoidance Terhadap Nilai Perusahaan (Pada Perusahaan Manufaktur Yang Masuk Dalam Lq45 Di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2017)". *Jurnal Kajian Bisnis VOL. 26, NO. 1, 2018, 82 – 94*.
- Sattar. 2017. Buku Ajar Ekonomi Koperasi. Cetakan Pertama. Deepublish. Yogyakarta.
- Sugiyono. 2012. "Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D". Bandung : Alfabeta.
- Sutrisno. 2017. *Manajemen Keuangan Teori, Konsep dan Aplikasi*. Cetakan 2017. Ekonesia. Yogyakarta
- Wahyuni I, dan Santoso B.H. 2019. "Pengaruh Pengungkapan Csr, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Sektor Pertanian Di Bei". *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen : Volume 8, Nomor 3*.
- Yanti I G.A.D.N, dan Darmayanti Ni P.A. 2019. "Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Struktur Modal, Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Makanan Dan Minuman". *E-Jurnal Manajemen, Vol. 8, No. 4*.