

THE EFFECT OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY ON COMPANY VALUE WITH GOOD CORPORATE GOVERNANCE AS A MODERATION VARIABLE

by putri ramadanti

Submission date: 11-Feb-2023 08:05AM (UTC-0800)

Submission ID: 2011572657

File name: N_DENGAN_GOOD_CORPORATE_GOVERNANCE_SEBAGAI_VARIABEL_MODERASI.pdf (850.96K)

Word count: 4949

Character count: 30989



**THE EFFECT OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY ON
COMPANY VALUE WITH GOOD CORPORATE GOVERNANCE AS A
MODERATION VARIABLE**

**(Study of Manufacturing Companies in the food and
beverage sub-sector listed on the Indonesia Stock Exchange
for the 2018-2021 period)**

**PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP
NILAI PERUSAHAAN DENGAN GOOD CORPORATE GOVERNANCE
SEBAGAI VARIABEL MODERASI**

**(Studi pada Perusahaan Manufaktur sub sektor makanan
dan minuman yang terdaftar Bursa Efek Indonesia periode
2018-2021)**

Tri Ratna Novia¹, Linawati², Badrus Zaman³

¹ Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri

² Dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri

³ Dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri

Korespondensi: ¹ triratnanovia@gmail.com, ² linasolmas1@gmail.com
, ³ pak.badrus@gmail.com

Kata Kunci:

Corporate Social
Responsibility, Good
Corporate Governance,
Corporate Values

ABSTRACT

Research on the relationship between GCG, CSR and corporate value still needs to be done because the development of the business world is increasing rapidly followed by increasingly fierce competition. Companies are required to think effectively, efficiently and most importantly must be critical to be superior in competition. Improving the welfare of shareholders is one of the main goals of the company. As for increasing the value of the company, it can be done with good corporate governance (GCG) and carrying out social responsibility (CSR). Sampling was done by purposive sampling method and obtained a sample of 24 companies x 4 years = 96 samples. This research method uses simple regression and mediation regression analysis with the absolute difference test which is processed with SPSS for Windows version 25 software. The results of the study show that the CSR variable has a positive and significant influence



on firm value (PBV). Evidenced by t count 3.674 > 1.986 (t table) and a significance of 0.000 <0.05. Good Corporate Governance (GCG) is unable to moderate the relationship between Corporate Social Responsibility (CSR) and Corporate Value (PBV). It is proven by the value of the AbsCSR_GCG variable which has a t count of 0.563 <1.986 (t table) and a significance of 0.581 <0.05.

Keywords : Corporate Social Responsibility, Good Corporate Governance, Corporate Values.

ABSTRAK

Penelitian mengenai hubungan GCG, CSR dan nilai perusahaan masih harus dilakukan sebab perkembangan dunia bisnis semakin pesat diikuti oleh persaingan yang semakin ketat. Perusahaan dituntut untuk berpikir efektif, efisien dan terpenting harus kritis untuk menjadi unggul dalam persaingan. Meningkatkan kesejahteraan pemegang saham merupakan salah satu tujuan utama perusahaan. Adapun untuk meningkatkan nilai perusahaan dapat dilakukan dengan tata kelola perusahaan yang baik (GCG) dan melakukan tanggungjawab social (CSR). Pengambilan sampel dilakukan dengan metode purposive sampling dan didapatkan sampel berjumlah 24 perusahaan x 4 tahun = 96 sampel. Metode penelitian ini menggunakan regresi sederhana dan analisis regresi mediasi dengan uji selisih mutlak yang diolah dengan software SPSS for windows versi 25. Hasil penelitian menunjukkan variable CSR memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV). Dibuktikan dengan t hitung 3.674 >1.986 (t tabel) dan signifikansi 0.000<0.05. Good Corporate Governace (GCG) tidak mampu memoderasi hubungan Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Nilai Perusahaan (PBV). Dibuktikan dengan nilai variabel AbsCSR_GCG memiliki t hitung 0.563 <1.986 (t tabel) dan signifikansi sebesar 0.581<0.05.

Kata Kunci : Corporate Social Responsibility, Good Corporate Governance, Nilai Perusahaan.

1. PENDAHULUAN

Di era globalisasi, perkembangan di dunia bisnis semakin pesat diikuti oleh persaingan yang semakin ketat. Perusahaan dituntut untuk berpikir efektif, efisien dan paling terpenting harus kritis untuk menjadi unggul dalam persaingan. Meningkatkan kesejahteraan pemegang saham merupakan salah satu tujuan utama perusahaan. Nilai perusahaan adalah gambaran dari nilai pasar, nilai pasar dapat dilihat dari harga saham perusahaan artinya semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi nilai perusahaanya (Wardhani, 2013). Nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran secara maksimum kepada pemegang saham apabila harga saham perusahaan terus meningkat. Nilai perusahaan akan terus meningkat ketika perusahaan memperhatikan aspek ekonomi, lingkungan dan sosial (Purbawangsa et. al, 2019). Untuk meningkatkan nilai perusahaan dapat dilakukan dengan meningkatkan kemampuan manajemen untuk mengelola sumber daya setiap perusahaan secara efektif dan efisien atau dengan kata lain bagaimana mengelola tata kelola perusahaan tersebut dengan baik (Ilmi et. al,2017).



Di Indonesia GCG tergolong masih sangat lemah karena belum melaksanakan pengelolaan perusahaan secara professional selain itu tingkat perlindungan investor di Indonesia memiliki hasil terendah di Asia tenggara. ACGA (Asian Corporate Governance Association) dalam survey yang dilakukan menghasilkan bahwa 12 negara terhadap pelaku bisnis asing di Asia tahun 2020 menempatkan negara Indonesia menjadi negara yang terendah dalam ACGA pada tabel 1.1 dibawah ini :

Tabel 1 Hasil survey ACGA pada 12 Negara

No	Market	%
1	Australia	74,7
2	Hongkong	63,5
3	Singapur	63,2
4	Taiwan	62,2
5	Malaysia	59,5
6	Jepang	59,3
7	India	58,2
8	Thailand	56,6
9	Korea	52,9
10	Cina	43,0
11	Phipine	39,0
12	Indonesia	33,6

Penerapan GCG saat ini bukanlah kewajiban tetapi menjadi suatu kebutuhan perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan. Penerapan tata kelola perusahaan yang baik di Indonesia telah tercantum dalam Peraturan Menteri BUMN no. PER-01 / MBU / 2011 untuk perusahaan BUMN dan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 untuk perseroan terbatas. Tata kelola perusahaan atau GCG yang baik menggambarkan bagaimana tanggung jawab sosial dalam perusahaan tersebut. Corporate Social Responsibility (CSR) memiliki hubungan yang erat dengan tata kelola perusahaan GCG yang baik. CSR berorientasi kepada para pemangku kepentingan ini sejalan dengan salah satu prinsip dari empat prinsip utama GCG yang baik yaitu tanggung jawab sosial atau Corporate Social Responsibility (CSR) (Yanto, 2018).

CSR adalah prinsip yang menerangkan bahwa perusahaan harus dapat beertanggung jawab terhadap efek yang berasal dari setiap Tindakan didalam masyarakat maupun lingkungannya (Fraderick et al). Dengan kata lain korporasi bukan lagi sebagai entitas yang hanya mementingkan dirinya sendiri sehingga mengasingkan diri dari masyarakat, melainkan entitas usaha yang wajib melakukan adaptasi kultural dengan lingkungan sosialnya melalui keterlibatannya dalam berbagai kegiatan sosial, mematuhi aturan hukum yang berlaku dalam aspek bisnis dan sosial, serta menghormati hak dan kepentingan stakeholders. Melaksanakan CSR secara konsisten dalam jangka panjang akan menumbuhkan rasa penerimaan masyarakat terhadap kehadiran perusahaan yang dapat memberikan keuntungan ekonomi berupa peningkatan nilai perusahaan.

Pemerintah Republik Indonesia melalui Kementerian Sosial (Kemosos) mendorong perusahaan berupaya melakukan peningkatan kesejahteraan dan mengurangi dampak



permasalahan sosial melalui CSR. Menindak lanjuti hal tersebut National Center for Sustainability Report (NCSR) melakukan pendataan dengan adanya dorongan pemerintah terhadap peningkatan kesejahteraan dan mengurangi dampak permasalahan sosial dan diketahui ada peningkatan dari tahun ke tahun mengenai jumlah partisipan.

Kesadaran terhadap urgensi pelaksanaan CSR dan GCG telah disadari banyak pihak. Suatu bisnis bisa bertahan maka suatu perusahaan harus merubah kontrak sosialnya dengan memposisikan bisnis sebagai bagian dari sistem sosial dan politik yang ada (Sobiri, 2018). Jika perusahaan lebih responsif terhadap tuntutan masyarakat maka kegiatan bisnis lebih bisa diterima masyarakat. Dengan demikian, penerapan CSR tidak lagi dianggap sebagai biaya, melainkan investasi jangka panjang perusahaan dalam rangka membangun legitimasi sosial dan citra positif di mata publik yang dapat meningkatkan loyalitas konsumen terhadap perusahaan sehingga secara tidak langsung akan meningkatkan nilai perusahaan.

Penelitian terdahulu tentang GCG, CSR dengan nilai perusahaan manufaktur mendapatkan hasil yang berbeda-beda. Penelitian yang dilakukan Setyawan (2016) dengan judul penelitian “pengaruh corporate social responsibility dan good corporate governance terhadap nilai perusahaan” menunjukkan bahwa Corporate Social Responsibility tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, Hal ini diakibatkan karena investor di Indonesia cenderung membeli dan menjual saham tanpa memperhatikan keberlangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang. Investor lebih memilih saham dengan melihat market economy dan berita-berita yang muncul sehingga umumnya cenderung membeli dan menjual saham secara harian, sedangkan pengaruh CSR merupakan strategi yang tidak dapat dirasakan dalam jangka pendek, melainkan strategi jangka panjang perusahaan dalam upaya untuk menjaga keberlangsungan perusahaan. Hal ini berbeda dengan penelitian yang dilaksanakan oleh Putu Ari Ratnadewi dan I G.K. Agung Ulupui (2016) yang menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif pada nilai perusahaan dan GCG tidak mampu memoderasi pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan.

Adapun penelitian yang dilakukan Nahda (2011) dengan judul penelitian “Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Governance sebagai Variabel Moderasi”. Penelitian ini menyatakan bahwa GCG mampu memperkuat hubungan antara CSR dengan nilai perusahaan. Hasil ini menunjukkan bahwa CSR akan meningkatkan nilai perusahaan pada saat indeks GCG perusahaan meningkat. Dengan berbedanya hasil penelitian-penelitian tersebut, maka penelitian tentang GCG, CSR dan nilai perusahaan masih perlu untuk diteliti. Oleh karena itu penelitian ini mengambil judul **“PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN CORPORATE GOVERNANCE SEBAGAI VARIABEL MODERASI”**.

(Studi pada Perusahaan Manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar Bursa Efek Indonesia periode 2018-2021)



2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Nilai Perusahaan

Pengertian Nilai Perusahaan Menurut Purnaya (2016:28) mengatakan bahwa nilai perusahaan adalah sebagai berikut: "Nilai perusahaan sama dengan nilai saham (yaitu jumlah lembar saham dikalikan dengan nilai pasar per lembar) ditambah dengan Nilai pasar utangnya. Akan tetapi, bila besarnya nilai utang dipegang konstan, maka setiap peningkatan nilai saham dengan sendirinya akan meningkatkan nilai perusahaan. Dalam hal ini peningkatan nilai perusahaan identik dengan peningkatan harga saham".

Menurut Wijaya (2017:1) nilai perusahaan adalah sebagai berikut: "Nilai perusahaan yang *go public* (perusahaan terbuka) tercermin pada harga pasar saham perusahaan, sedangkan nilai perusahaan yang belum *go public* (perusahaan tertutup) tercermin ketika perusahaan akan dijual".

Menurut Prawoto (2016:21) nilai perusahaan adalah sebagai berikut: "Nilai seluruh aktiva, baik aktiva berwujud yang operasional maupun bukan operasional. Jika dihubungkan dengan struktur permodalan perusahaan, nilai perusahaan berarti juga nilai dari keseluruhan susunan modal perusahaan yaitu nilai pasar wajar".

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa nilai perusahaan adalah tingkat pencapaian suatu perusahaan mengenai berhasil tidaknya dalam mencapai tujuan yang dapat dilihat dari harga saham perusahaan..

2.2 *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Pengertian *Corporate Social Responsibility (CSR)* Menurut Mulyani dkk (2018:230) "Pengungkapan CSR adalah pelaksanaan perusahaan dalam melaporkan kegiatan CSR di dalam laporan tahunannya".

Menurut Hery (2012:143) pengungkapan CSR adalah sebagai berikut: "Pengungkapan CSR merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan".

Berdasarkan pengertian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* adalah suatu kegiatan perusahaan terhadap masyarakat yang kegiatannya harus dilaporkan dalam laporan tahunan.

2.3 *Good Corporate Governance (GCG)*

Pengertian *Good Corporate Governance (GCG)* Menurut Surya (2006:25) definisi *Good Corporate Governance (GCG)* adalah sebagai berikut : "Good Corporate Governance terkait dengan pengambilan keputusan yang efektif. Dibangun melalui kultur organisasi, nilai-nilai, sistem, berbagai proses, kebijakan-kebijakan dan struktur organisasi yang bertujuan untuk mencapai bisnis yang menguntungkan, efisien dan efektif dalam mengelola risiko dan bertanggungjawab dengan memperhatikan kepentingan stakeholder."

Adapun definisi *Good Corporate Governance (GCG)* menurut Daniri (2005:8) adalah sebagai berikut : "Suatu pola hubungan, sistem, dan proses yang digunakan oleh



organ perusahaan (Direksi, Dewan komisaris, RUPS) guna memberikan nilai tambah kepada pemegang saham secara berkesinambungan dalam jangka panjang dengan tetap memperhatikan kepentingan stakeholders lainnya, berlandaskan peraturan dan perundangan dan norma yang berlaku”.

Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa GCG merupakan suatu struktur yang mengatur pola hubungan yang harmonis tentang peran dewan komisaris, direksi, pemegang saham dan para stakeholder lainnya dan pada akhirnya akan terhindar dari benturan peran.

3. METODE PENELITIAN

3.1 Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2017), “variabel penelitian adalah segala sesuatu yang terbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan”.

Dalam penelitian ini menggunakan variabel bebas, variabel terikat dan variabel moderasi yaitu sebagai berikut:

a. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Sugiyono (2017), “mengartikan variabel bebas sebagai variabel yang menjadi sebab dan timbulnya variabel terikat”.

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas (*Independent Variable*) adalah *Corporate Social Responsibility* (CSR)

b. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan.

c. Variabel Pemoderisasi (*Moderating Variables*)

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel pemoderisasi (*Moderating Variables*) adalah *Good Corporate Governance* (GCG)

3.2 Pendekatan dan Teknik Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2017), “Pendekatan kuantitatif adalah pendekatan penelitian yang menggunakan data penelitian berupa angka-angka dan dianalisis menggunakan statistik”. Alasan peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif adalah data yang akan dianalisis dalam penelitian ini berbentuk angka yang bersifat dapat diukur, rasional, dan sistematis. Hal ini dilakukan dengan cara mengumpulkan data-data yang merupakan faktor pendukung antara variabel-variabel yang bersangkutan yang kemudian dianalisis.

Alasan peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif adalah data yang dianalisis dalam penelitian ini berbentuk angka yang dapat diukur

3.3 Teknik Pengumpulan Data



Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode dokumentasi. Adapun data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

- 1) Perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar dan terlampir di (Bursa Efek Indonesia - BEI) selama tahun pengamatan periode 2018-2021.
- 2) Perusahaan manufaktur yang mempublikasikan laporan keuangan secara lengkap selama tahun pengamatan periode 2018-2021

3.4 Teknik analisis data

Menurut Sugiyono (2015; 335) analisis merupakan kegiatan untuk mencari pola, atau cara berpikir yang berkaitan dengan pengujian secara sistematis terhadap sesuatu untuk menentukan bagian, hubungan antar bagian, serta hubungannya dengan keseluruhan. Adapun analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis linier regresi berganda yang menyeluruh mengenai hubungan antara variabel dependent dan independent secara menyeluruh secara parsial. Untuk memenuhi syarat yang ditentukan dalam penggunaan model regresi linier berganda perlu dilakukan pengujian atas bebrapa asumsi klasik adalah untuk memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang didapatkan memiliki ketepatan dalam estimasi, tidak bias dan konsisten.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis statistik deskriptif bertujuan untuk mengetahui gambaran atau deskripsi tiap-tiap variabel yang ada dalam penelitian, yang meliputi dari nilai minimum, nilai maksimum, nilai tengah (median), nilai rata-rata (mean) dan standar deviasi dari masing-masing variabel. Hasil uji statistik deskriptif disajikan pada tabel dibawah ini:

Tabel 2. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Statistics		CSR	GCG	PBV_Y
N	Valid	96	96	96
	Missing	0	0	0
Mean		,58356	38,4008	3,34393
Median		,57400	33,3300	1,92750
Std. Deviation		,072509	6,93646	5,004039
Minimum		,410	33,33	,157
Maximum		,820	50,00	32,761
Sum		56,022	3686,48	321,017

Sumber: Data sekunder diolah 2022

Dari tabel di atas dapat diketahui statistik deskriptif pada tiap-tiap variabel dengan sampel sebanyak 96 perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2018-2021, yaitu sebagai berikut:



1. Nilai Perusahaan (PBV)

Nilai perusahaan diukur dengan Price Book Value (PBV) yaitu nilai sebuah perusahaan di pasar uang. PBV memiliki nilai maximum sebesar 32,761 dicapai oleh perusahaan Multi Bintang Indonesia Tbk pada tahun 2018, nilai minimum sebesar 0,157 dicapai oleh perusahaan Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk pada tahun 2018. Nilai mean sebesar 3,34393 dan nilai standar deviasi sebesar 5,004. Nilai mean lebih kecil dari standar deviasi hal ini menunjukkan bahwa variabel nilai perusahaan (PBV) memiliki penyimpangan data yang besar atau tinggi, sebaran data kurang merata atau heterogen, dan data dapat menyebabkan bias, sehingga kemungkinan perlu dilakukan transformasi data sebelum dilakukan pengujian. Adapun nilai median lebih kecil dari nilai mean, itu artinya distribusi data membentuk pola distribusi kemencengan positif. Dapat disimpulkan mayoritas nilai perusahaan sampel adalah baik.

2. *Corporate Sosial Responsibility* (CSR)

Variabel CSR diukur menggunakan penilaian berdasarkan indikator dari Global Reporting Initiative. CSR memiliki nilai maximum sebesar 0,820 dicapai oleh perusahaan Prashida Aneka Niaga Tbk pada tahun 2018, nilai minimum sebesar 0,410 dicapai oleh perusahaan Tunas Baru Lampung Tbk pada tahun 2020. Nilai mean sebesar 0,583 dan nilai standar deviasi sebesar 0,0725. Nilai mean lebih besar dari standar deviasi hal ini menunjukkan bahwa variabel CSR memiliki penyimpangan data yang rendah, sebaran data merata atau homogen, dan data tidak menyebabkan bias. Adapun nilai median lebih kecil dari nilai mean, itu artinya distribusi data membentuk pola distribusi kemencengan positif. Dapat disimpulkan mayoritas CSR perusahaan sampel adalah baik.

3. *Good Corporate Governance* (GCG)

Variabel GCG yang diprosikan dengan proporsi Dewan Komisaris Independen memiliki nilai maximum sebesar 50%, nilai minimum sebesar 33,33%. Nilai mean sebesar 38,4% dan nilai standar deviasi sebesar 6,94%. Nilai mean lebih besar dari standar deviasi hal ini menunjukkan bahwa variabel GCG memiliki penyimpangan data yang rendah, sebaran data merata atau homogen, dan data tidak menyebabkan bias. Adapun nilai median lebih kecil dari nilai mean, itu artinya distribusi data membentuk pola distribusi kemencengan positif. Dapat disimpulkan mayoritas GCG perusahaan sampel adalah baik.

4.1 Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik (Persamaan Hipotesis 1)

Sebelum melakukan analisis regresi sederhana dan moderasi, metode analisis data mensyaratkan untuk melakukan uji asumsi klasik guna mendapatkan hasil yang terbaik. Tujuan pengujian asumsi klasik adalah untuk memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang didapatkan memiliki ketepatan dalam estimasi, tidak bias dan konsisten. Berikut adalah persamaan regresi 1 :

$$NP = \alpha + \beta_1 CSR + e$$



Adapun untuk pengujian uji asumsi klasik untuk persamaan regresi pertama adalah sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

Setelah dilakukan transformasi data disajikan pada tabel dibawah ini :

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas (Persamaan Regresi I)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

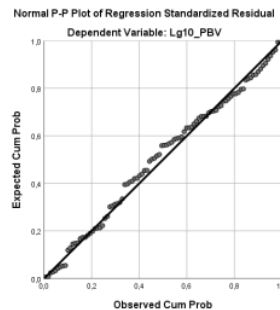
		RES_lg10
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,41321247
Most Extreme Differences	Absolute	,069
	Positive	,045
	Negative	-,069
Test Statistic		,069
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{e,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data sekunder diolah 2022

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui nilai Asymp. Sig. (2-tailed) menunjukkan nilai 0.200 yang berarti lebih besar dari nilai signifikansi 0.05. Dengan demikian distribusi data pada penelitian ini bisa dikatakan normal. Hasil ini sesuai dengan pengujian dengan Normal Probability Plot yang menunjukkan data memiliki distribusi normal, sebagaimana ditunjukkan gambar dibawah ini:

Gambar 1. Normal Probability Plot (Persamaan Regresi I)



Sumber: Data sekunder diolah 2022

Berdasarkan gambar di atas dapat diketahui sebaran titik-titik berada disekitar garis dan mengikuti arah garis. Hal tersebut menunjukkan bahwa sebaran data normal. Sehingga data dapat digunakan untuk pengujian hipotesis regresi sederhana.

b. Uji Multikolonieritas

Hasil uji multikolinieritas disajikan pada tabel dibawah ini.:



Tabel 4. Uji Multikolonieritas (Persamaan Regresi I)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF
1	(Constant)	-8,593	3,997			
	CSR_X1	20,456	6,798	,296	1,000	1,000

a. Dependent Variable: PBV_Y

Sumber : Data sekunder diolah 2022

Berdasarkan tabel di atas bisa dijelaskan bahwa pada variabel CSR menunjukkan nilai Tolerance dan VIF sebesar 1,00 yang berarti lebih besar dari 0.10 dan lebih kecil dari 10. Dengan hasil pengujian tersebut bisa diartikan data variabel tidak terdapat multikolinieritas.:

c. Uji Heteroskedastisitas

Setelah dilakukan transformasi data hasil uji gletjser disajikan pada tabel dibawah ini :

Tabel 5. Hasil Uji Hetereskedastisitas (Persamaan Regresi I)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	,499	,116		,000
	Lg10_CSR	,736	,477	,157	,126

a. Dependent Variable: Abs_Ig10_ResH1

Sumber : Data sekunder diolah 2022

Berdasarkan tabel di atas bisa diketahui nilai sig. variabel CSR sebesar 0.126 yang berarti lebih besar dari nilai signifikansi 5% (0.126>0.05). Artinya variabel CSR dalam penelitian ini bisa dikatakan homogen atau tidak terjadi varian data.

d. Uji Autokorelasi

Setelah dilakukan transformasi data, hasil uji autokorelasi disajikan dibawah ini :

Tabel 6. Hasil Uji Autokorelasi Runs Test (Persamaan Regresi I)

Runs Test

	RES_Jag_In
Test Value ^a	,00733
Cases < Test Value	47
Cases >= Test Value	48
Total Cases	95
Number of Runs	39
Z	-1,959
Asymp. Sig. (2-tailed)	,050

a. Median

Sumber : Data sekunder diolah 2022



Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui nilai asymp. sig sama dengan 0.05 yang artinya data tidak terjadi autokorelasi. Hasil pengujian ini juga sesuai dengan uji autokorelasi dengan menggunakan uji Durbin-Watson, sebagaimana ditunjukkan pada tabel dibawah ini:

Tabel 7. Hasil Uji Autokorelasi Durbin-Watson (Persamaan Regresi I)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,090 ^a	,008	-,003	,81267	1,878

a. Predictors: (Constant), lag_ln_csr

b. Dependent Variable: lag_ln_pbv

Sumber : Data sekunder diolah 2022

Dari tabel di atas diperoleh nilai DW sebesar 1.878. Berdasarkan tabel distribusi nilai Durbin Watson dengan jumlah variabel atau k=1, dan jumlah sampel atau N=96, tingkat kepercayaan sebesar 5% didapatkan nilai dL = 1,6466 dan dU = 1,6887. Itu artinya nilai dU<dW<(4-dU) atau 1.6887<1.878<2,3113. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi pada data yang diuji.

2. Uji Asumsi Klasik (Persamaan Hipotesis 2)

Sebagaimana persamaan regresi I, persamaan regresi II juga memerlukan uji asumsi klasik untuk memastikan bahwa variabel yang digunakan berdistribusi normal. Berikut adalah persamaan regresi II:

NP = α + β_1CSR + β_2GCG + β_3|CSR-GCG| + e

Adapun untuk pengujian uji asumsi klasik untuk persamaan regresi kedua adalah sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

Setelah dilakukan transformasi data, hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 8. Hasil Uji Normalitas (Persamaan Regresi II)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		RES_Normalitas
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,41059568
Most Extreme Differences	Absolute	,064
	Positive	,044
	Negative	-,064
Test Statistic		,064
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.
d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data sekunder diolah 2022



Tabel di atas menunjukkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200 yang artinya lebih besar dari 0,05 (0,200>0,05). Maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal

b. Uji Multikolonieritas

Hasil uji multikolonieritas dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 9. Uji Multikolonieritas (Persamaan Regresi II)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF
1	(Constant)	,253	,071			
	ZCSR	,159	,043	,359	,982	1,018
	ZGCG	-,047	,045	-,107	,902	1,109
	AbsCSR_GCG	,032	,054	,059	,901	1,109

a. Dependent Variable: PBV_Y

Sumber : Data sekunder diolah 2022

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa variabel ZCSR, ZGCG, dan AbsCSR_GCG masing-masing menunjukkan nilai Tolerance 0.982, 0.902, 0.901 yang berarti lebih besar dari 0.10 dan nilai VIF secara berturut-turut 1.018, 1.109, 1.109 yang berarti kecil dari 10. Dengan hasil pengujian tersebut dapat diartikan data variabel tidak terdapat multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Hasil Pengujian heteroskedastisitas pada persamaan regresi kedua dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 10. Hasil Uji Hetereskedastisitas (Persamaan Regresi II)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	,224	3	,075	1,183	,321 ^b
	Residual	5,799	92	,063		
	Total	6,023	95			

a. Dependent Variable: AbsRes_Normal

b. Predictors: (Constant), AbsCSR_GCG, ZCSR, ZGCG

Sumber : Data sekunder diolah 2022

Pada tabel di atas diketahui nilai sig. sebesar 0.321 yang artinya lebih besar dari 0.05 (0.321>0.05). Maka dapat disimpulkan bahwa data tidak mengandung adanya heteroskedastisitas.

d. Uji Autokorelasi

Hasil uji autokorelasi persamaan regresi II disajikan pada tabel dibawah ini :



Tabel 11. Hasil Uji Autokorelasi Runs Test (Persamaan Regresi II)
Runs Test

	RES_Autokorelasi
Test Value ^a	,11919
Cases < Test Value	47
Cases >= Test Value	48
Total Cases	95
Number of Runs	42
Z	-1,340
Asymp. Sig. (2-tailed)	,180

a. Median

Sumber : Data sekunder diolah 2022

Pada tabel output pengujian di atas diketahui nilai sig. sebesar 0.180 yang artinya lebih besar dari 0.05 (0.180>0.05). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data penelitian ini tidak terjadi autokorelasi.

3. Pengujian Hipotesis Pertama

a. Analisis Regresi Sederhana

Analisis hipotesis pertama menggunakan regresi linier sederhana yaitu model statistik yang digunakan untuk menguji pengaruh satu variabel independen terhadap satu variabel dependen. Analisis regresi linier sederhana ini menggunakan SPSS versi 26. Hasil analisis linier sederhana disajikan pada tabel berikut ini :

Tabel 12. Hasil Regresi Sederhana

Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	,970	,191	
	CSR	2,887	,786	,354

a. Dependent Variable: PBV_Y

Sumber : Data sekunder diolah 2022

Berdasarkan tabel di atas di dapatkan persamaan regresi linier sederhana sebagai berikut:

$$NP = 0.970 + 2.887CSR + e$$

Dari persamaan diatas dapat diartikan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta = 0.970 bernilai positif. Hal ini menandakan jika CSR dianggap konstan (nol), maka Nilai Perusahaan (PBV) sebesar 0.970.
2. Nilai koefisien regresi variabel CSR positif sebesar 2.887. Hal ini menunjukkan apabila CSR dinaikkan 1 satuan maka akan meningkatkan nilai perusahaan sebesar 2.887.



b. Koefisien Determinan

Tabel 13. Hasil Uji Koefisien Determinasi (Persamaan Regresi I)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,354 ^a	,126	,116	,41540

a. Predictors: (Constant), Lg10_CSR

Sumber : Data sekunder diolah 2022

Dari tabel di atas diperoleh nilai R Square sebesar 0.126 atau 12.6%. Yang berarti bahwa variabel Corporate Sosial Responsibility (CSR) berpengaruh sebesar 12.6% terhadap variabel nilai perusahaan, sedangkan sisanya 87.4% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

c. Uji Parsial t

Tabel 14. Hasil Uji Parsial t (Persamaan Regresi I)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,970	,191		5,075	,000
	CSR	2,887	,786	,354	3,674	,000

a. Dependent Variable: PBV_Y

Sumber : Data Sekunder diolah 2022

Berdasarkan pada tabel di atas dapat dijelaskan bahwa variabel CSR memiliki nilai t hitung positif sebesar 3.674 dengan nilai signifikansi 0.00. Pada tabel t dengan signifikansi 5%, derajat kebebasan df (N-k) = 96-2, df=94, diperoleh t tabel sebesar 1.986. Hal ini menandakan bahwa nilai t hitung lebih besar dari t tabel (3.674>1.986) dan nilai signifikansi CSR lebih kecil dari 0.05 (0.000<0.05). Maka secara statistik dapat diartikan bahwa variabel CSR berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga **H1 diterima**.

4. Pengujian Hipotesis Kedua

a. Regresi Moderasi (Uji Nilai Selisih Mutlak)

Analisis regresi moderasi (Moderated Regression Analisis) pada penelitian ini menggunakan uji nilai selisih mutlak menurut Furcot dan Shearon dalam Ghozali (2018) model interaksi ini lebih disukai karena ekspektasi sebelumnya berhubungan dengan kombinasi X1 dan X2 berpengaruh terhadap Y. Hasil analisis regresi moderasi disajikan pada tabel dibawah ini :

Tabel 15. Hasil Regresi Moderasi



Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	,253	,071	
	ZCSR	,159	,043	,359
	ZGCG	-,047	,045	-,107
	AbsCSR_GCG	,032	,054	,059

a. Dependent Variable: PBV_Y

Sumber : Data sekunder diolah 2022

Berdasarkan tabel di atas di dapatkan persamaan regresi moderasi sebagai berikut:

NP = 0.253 + 0.159ZCSR – 0.047ZGCG + 0.032AbsCSR_GCG + e

Dari persamaan diatas dapat diartikan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta = 0.253 bernilai positif. Hal ini menandakan jika variabel-variabel independen dianggap konstan (nol), maka Nilai Perusahaan sebesar 0.253.
2. Nilai koefisien regresi variabel ZCSR positif sebesar 0.159. Hal ini menunjukkan apabila CSR dinaikkan 1 satuan maka akan meningkatkan nilai perusahaan sebesar 0.159 dengan ketentuan variabel lainnya konstan.
3. Nilai koefisien regresi variabel ZGCG negatif sebesar 0.047. Hal ini menunjukkan apabila ZGCG dinaikkan 1 satuan maka akan menurunkan nilai perusahaan sebesar 0.047 dengan ketentuan variabel lainnya konstan.
4. Nilai koefisien regresi variabel AbsCSR_GCG positif sebesar 0.032. Hal ini menunjukkan apabila AbsCSR_GCG dinaikkan 1 satuan maka akan meningkatkan nilai perusahaan sebesar 0.032 dengan ketentuan variabel lainnya konstan.

b. Koefisien Determinan

Hasil uji koefisien determinasi persamaan regresi II dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 16. Hasil Koefisien Determinasi (Persamaan Regresi II)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,370 ^a	,137	,108	,41724

a. Predictors: (Constant), AbsCSR_GCG, ZCSR, ZGCG

Sumber : Data sekunder diolah 2022

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan nilai R2 sebesar 0.137 atau 13.7%. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel independen pada persamaan regresi II yaitu ZCSR, ZGCG, dan AbsCSR_GCG memberikan pengaruh sebesar 13.7% terhadap variabel dependen yaitu nilai perusahaan (PBV). Sedangkan sisanya 86.3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam model penelitian ini.



c. Uji Parsial t

Tabel 17. Hasil Uji Parsial t (Persamaan Regresi II)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.253	.071		3,559	.001
	ZCSR	.159	.043	.359	3,676	.000
	ZGCG	-.047	.045	-.107	-1,047	.298
	AbsCSR_GCG	.032	.054	.059	.581	.563

a. Dependent Variable: PBV_Y

Sumber : Data Sekunder diolah 2022

Berdasarkan pada tabel di atas dapat dijelaskan nilai t dan sig. masing-masing variabel yaitu sebagai berikut:

- 1) Variabel ZCSR memiliki nilai t hitung positif sebesar 3.676 dengan nilai signifikansi 0.000. Pada tabel t dengan signifikansi 5%, derajat kebebasan df (N-4) = 96-2, df=92, diperoleh t tabel sebesar 1.986. Hal ini menandakan bahwa nilai t hitung lebih besar dari t tabel (3.676>1.986) dan nilai signifikansi ZCSR lebih kecil dari 0.05 (0.000<0.05) maka secara statistik dapat diartikan bahwa variabel ZCSR berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV).
- 2) Variabel ZGCG memiliki nilai t hitung negatif sebesar 1.047 dengan nilai signifikansi 0.298. Pada tabel t dengan signifikansi 5%, derajat kebebasan df (N-4) = 96-2, df=92, diperoleh t tabel sebesar 1.986. Hal ini menandakan bahwa nilai t hitung lebih kecil dari t tabel (1.047<1.986) dan nilai signifikansi lebih besar dari 0.05 (0.298>0.05) maka secara statistik dapat diartikan bahwa variabel ZGCG berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV).
- 3) Variabel moderasi AbsCSR_GCG memiliki nilai t hitung positif sebesar 0.581 dengan nilai signifikansi 0.563. Pada tabel t dengan signifikansi 5%, derajat kebebasan df (N-4) = 96-2, df=92, diperoleh t tabel sebesar 1.986. Hal ini menandakan bahwa nilai t hitung lebih kecil dari t tabel (0.581<1.986) dan nilai signifikansi lebih besar dari 0.05 (0.563>0.05) maka secara statistik dapat diartikan bahwa variabel moderasi AbsCSR_GCG tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Temuan ini menunjukkan bahwa variabel GCG bukan merupakan variabel moderating yang memoderasi pengaruh antara CSR terhadap nilai perusahaan (PBV).

5. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan tentang pengaruh Corporate Sosial Responsibility (CSR) terhadap Nilai perusahaan dengan Good Corporate Governace (GCG) sebagai variabel moderasi pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2021, maka dapat disimpulkan :



1. **Corporate Sosial Responsibility (CSR)** memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV). Dibuktikan dengan t hitung $3.674 > 1.986$ (t tabel) dan signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$. Pengungkapan tanggungjawab sosial (CSR) pada laporan keberlanjutan yang dilakukan dengan baik, luas dan konsisten tentu dapat menjadi bahan pertimbangan bagi investor untuk melakukan investasi, yang akhirnya dapat meningkatkan nilai perusahaan.
2. **Good Corporate Governace (GCG)** sebagai variabel moderasi tidak mampu memoderasi hubungan **Corporate Sosial Responsibility (CSR)** terhadap Nilai Perusahaan (PBV). Dibuktikan dengan nilai variabel AbsCSR_GCG memiliki t hitung $0.563 < 1.986$ (t tabel) dan signifikansi sebesar $0.581 < 0.05$. GCG yang diprosikan dengan jumlah proporsi Dewan Komisaris Independen bukan menjadi faktor yang dapat mendorong aktivitas CSR secara baik, luas dan konsisten. Sehingga kurang mampu meningkatkan citra perusahaan melalui CSR yang akhirnya tidak mampu menarik bagi para investor untuk menanamkan investasinya dalam rangka meningkatkan nilai perusahaan.
3. GCG sebagai variabel independen memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Dibuktikan dengan t hitung $-1.047 < 1.986$ (t tabel) dan nilai sig. $0.298 > 0.05$. Jumlah proporsi dewan komisaris independen yang lebih sedikit yang berasal dari luar perusahaan dimungkinkan untuk menjalankan tanggungjawabnya secara penuh.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianti. (2016). PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, KEPUTUSAN INVESTASI, DAN STRUKTUR MODAL TERHADAP NILAI PERUSAHAAN. JURNAL NOMINAL / VOLUME V NOMOR 2, 16- 28.
- Ari, N. (2016). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN INDEKS LQ45 DI BURSA EFEK INDONESIA. *Dinamika Akuntansi, Keuangan dan Perbankan* Vol. 5, No. 1 ISSN :1979-4878, 84.
- Firmansyah et. al, 2019. "Pengaruh Terhadap Nilai Perusahaan Dengan CSR Good Corporate Governance Dan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Pemoderasi"
- Ghozali, I dan Chariri. 2007. *Teori Akuntansi*, Badan Penerbit Undip: Semarang.
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Badan Penerbit Undip: Semarang.
- Governance on the Value of Company with Profitability as Moderating Variables." *JAAF (Journal of Applied Accounting and Finance)* 2(1): 36.
- Ilmi, dkk. 2017. Effect of Good Corporate Governance , Corporate Social Responsibility Disclosure and Managerial Ownership To the Corporate Value With Financial Performance As Intervening Variables : Case on Indonesia Stock Exchange. 1: 75-88.
- Indonesia, B. E. (2019). Laporan Keuangan Tahunan. Jakarta: <http://www.idx.co.id>.
- Iwan Kusuma, 2019. " Analisis pengaruh GCG terhadap nilai perusahaan dengan CSR sebagai variabel pemoderasi "



- Kusumadilaga, Rimba. 2010. Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variable Moderating, Skripsi FE UNDIP.
- Lisdayanti et. al, 2020. "Pengaruh kinerja keuangan dan CSR terhadap nilai perusahaan" Majalah SWA .2010. SWA 26/XXVI/9-19 Desember 2010.
- Nahda. 2011. "Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Governance sebagai Variabel Moderasi".
- Naek, Tjun. 2017. "Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Perusahaan dengan Good Corporate Governance sebagai Variabel Moderasi pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2017". Copyright ©2017 Jurnal Akuntansi, Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Maranatha ISSN 2085-8698 | e-ISSN 2598-4977.
- Nurlaela, L. (2019). Model Corporate Social Responsibility (CSR). Ponorogo: Myria Publisher.
- Prastusi, Budiasih. 2015. Pengaruh Good Corporate Governance pada nilai perusahaan dengan Moderasi Corporate Social Responsibility.
- Purbawangsa, dkk. 2019. Corporate Governance, Corporate Profitability toward Corporate Social Responsibility Disclosure and Corporate Value (Comparative Study in Indonesia, China and India Stock Exchange in 2013-2016). Social Responsibility Journal (August 2017).
- Renaldi, et. al, 2013. Determinan Terhadap Nilai Perusahaan Industri Manufaktur di Bursa Efek Indonesia (BEI)
- Riswari, dkk. 2012. "Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Governance sebagai Variabel Moderating (Studi pada Perusahaan Publik Non Finansial yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2008-2009)". Jurnal Akuntansi, Vol. 1 No. 1. Hal. 1-12. Semarang : UNDIP.
- Rosiana, dkk. 2013. "Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Pemoderasi". Jurnal Akuntansi, Vol. 5 No. 3. Hal. 723 – 738. Bali : Universitas Udayana.
- Salmaa. 2021. Kerangka Berpikir: Pengertian, Cara Membuat, dan Contoh Lengkap.
- Setyawan. 2016. "pengaruh corporate social responsibility dan good corporate governance terhadap nilai perusahaan"
- Utomo, Muhammad Muslim. 2000., Praktek Pengungkapan Sosial pada Laporan.
- Wahyuning Ambar Setianingrum. 2015. "PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL MODERASI (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2013)".
- Wardhani, Rulyanti Susi. 2013. Pengaruh CSR Disclosure Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI). Jurnal Ekonomi Akuntansi Manajemen ISSN: 1412-5366 XII(1): 54-86.
- Wijaya, Wirawati. 2019. "Good Corporate Governance Sebagai Pemoderasi Pengaruh Profitabilitas dan Corporate Social Responsibility pada Nilai Perusahaan"
- Yanto, S.E., Ak., M.Ak., Ery. 2018.Effect of Corporate Social Responsibility and Good Corporate



Zulfia. 2019. "Pengaruh CSR dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan GCG sebagai variable pemoderasi"

THE EFFECT OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY ON COMPANY VALUE WITH GOOD CORPORATE GOVERNANCE AS A MODERATION VARIABLE

ORIGINALITY REPORT

16%

SIMILARITY INDEX

16%

INTERNET SOURCES

5%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

journal.feb.unmul.ac.id

Internet Source

9%

2

jurnal.unpand.ac.id

Internet Source

7%

Exclude quotes On

Exclude bibliography On

Exclude matches < 5%

THE EFFECT OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY ON COMPANY VALUE WITH GOOD CORPORATE GOVERNANCE AS A MODERATION VARIABLE

PAGE 1

PAGE 2

PAGE 3

PAGE 4

PAGE 5

PAGE 6

PAGE 7

PAGE 8

PAGE 9

PAGE 10

PAGE 11

PAGE 12

PAGE 13

PAGE 14

PAGE 15

PAGE 16

PAGE 17

PAGE 18

PAGE 19
