



**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DAN *LEVERAGE*  
TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS  
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING  
(Studi Kasus: Perusahaan *Food and Beverage* di Bursa Efek Indonesia)**



**TESIS**

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA  
**TIO KRISNAWATI NOVEGA**  
**55121110058**

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCUBUANA  
2024**



**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DAN *LEVERAGE*  
TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS  
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING  
(Studi Kasus: Perusahaan *Food and Beverage* di Bursa Efek Indonesia)**

**TESIS**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan  
Program Studi Magister Manajemen

**UNIVERSITAS  
TIO KRISNAWATI NOVEGA  
55121110058**

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCUBUANA  
2024**

## **ABSTRACT**

*The objective of this study is to examine the effect of Corporate Social Responsibility and Leverage on Company Value with Profitability as a mediating variable. The population in this study consists of food and beverage companies listed on the Indonesia Stock Exchange during the period of 2019-2023. The sampling technique used is purposive sampling, resulting in a total of 15 research samples used in this study. The data analysis techniques employed in this research are panel data regression and the Sobel test. The analysis results indicate that Corporate Social Responsibility, Leverage, and Profitability have a significant positive effect on Company Value; Corporate Social Responsibility has a significant positive effect on Company Value; Leverage does not effect Company Value; Profitability is able to mediate the effect of Corporate Social Responsibility on Company Value; and Profitability is not able to mediate the effect of Corporate Social Responsibility on Company Value.*

*Keywords: Corporate Social Responsibility, Leverage, Profitability, Company Value*



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## ABSTRAK

Tujuan dari penelitian untuk menguji pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai variabel mediasi. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2019 – 2023. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, sehingga total 15 sampel penelitian digunakan dalam penelitian ini. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi data panel dan Uji Sobel. Hasil analisis menunjukkan *Corporate Social Responsibility*, *Leverage* dan Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan; *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan; *Leverage* tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan; Profitabilitas mampu memediasi *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan; dan Profitabilitas tidak mampu memediasi *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan.

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



## LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel *Intervening* (Studi Kasus: Perusahaan *Food and Beverage* di Bursa Efek Indonesia (BEI))

Bentuk Tesis : Penelitian/Kajian Masalah Perusahaan

Nama : Tio Krisnawati Novega

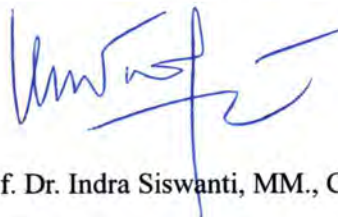
NIM : 55121110058

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 5 Desember 2024

Mengesahkan

Pembimbing



(Prof. Dr. Indra Siswanti, MM., CRP)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi Magister  
Manajemen



(Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak)



(Dr. Lenny Christina Nawangsari, M.M)

## LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan dengan sebenar – benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini:

Judul : Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel *Intervening* (Studi Kasus: Perusahaan *Food and Beverage* di Bursa Efek Indonesia (BEI))  
Bentuk Tesis : Penelitian/Kajian Masalah Perusahaan  
Nama : Tio Krisnawati Novega  
NIM : 55121110058  
Program : Magister Manajemen  
Tanggal : 5 Desember 2024

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data dan hasil pengolahan data yang disajikan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 5 Desember 2024



(Tio Krisnawati Novega)

**PERNYATAAN SIMILARITY CHECK**  
*/SIMILARITY CHECK STATEMENT*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh  
*/The undersigned, hereby declare that the scientific work written by*

Nama */Name* : TIO KRISNAWATI NOVEGA  
NIM */Student id Number* : 55121110058  
Program Studi */Study program* : S2 Manajemen

dengan judul:  
*/The title:*

“Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Leverage terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Intervening”

telah dilakukan pengujian plagiasi (*similarity*) dengan sistem **Turnitin** pada tanggal:  
*/Has undergone a plagiarism (similarity) check using the Turnitin system on the date:*

18 November 2024

didapatkan nilai persentase sebesar:  
*and the similarity percentage obtained was:*

**1 %**

Jakarta, 18 November 2024  
**Kepala Administrasi/ Tata Usaha**  
**FEB Universitas Mercu Buana**  
*/Head of FEB Administrator*



*scan or [click here](#) for verify*

Ahmad Faqih, S.E., M.M.



## KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan Rahmat dan berkat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis ini dengan judul “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Perusahaan Sub Sektor *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019 – 2023)”.

Penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada Prof. Dr. Indra Siswanti, M.M., CRP selaku Dosen Pembimbing Tesis yang telah memberikan waktu, bimbingan, arahan, pengetahuan dan nasehat – nasehat selama proses pembuatan Tesis ini. Penyusunan Tesis ini juga tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan Tesis ini terutama kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M.Eng, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Lenny Christina Nawangsari, M.M, selaku Ketua Program Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Prof. Dr. Indra Siswanti, M.M., CRP, selaku dosen pembimbing selama proses pembuatan Tesis.
5. Dosen penguji atau penelaah Proposal Tesis Dr. Asep Risman, M.M yang telah memberikan arahan, masukan dan saran agar Proposal Tesis ini menjadi lebih baik.
6. Dosen penguji atau penelaah Seminar Hasil Tesis Dr. Pardomuan Sihombing, S.E, M.S.M yang telah memberikan arahan, masukan dan saran agar Tesis ini menjadi lebih baik.



7. Ketua Sidang Akhir Dr. Lenny Christina Nawangsari, M.M dan dosen penguji atau penelaah Sidang Akhir Dr. Pardomuan Sihombing, S.E, M.S.M yang telah memberikan arahan, masukan dan saran agar Tesis ini menjadi lebih baik.
8. Teristimewa, suami tercinta Adrian Novel Christiano Napitupulu dan Kedua Orang Tua Kami yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral dan material yang tiada henti – hentinya kepada penulis serta memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan Tesis ini.
9. Karyawan PT. Summarecon Agung Tbk yang telah memberikan banyak dukungan moral dan bantuan selama proses pengerjaan Tesis ini, sehingga penulis bisa menyeimbangkan waktu kerja dan pengerjaan Tesis ini.
10. Teman-teman mahasiswa magister manajemen khususnya manajemen keuangan yang mempunyai semangat yang luar biasa dalam menuntut ilmu.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa, bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan dan pengalaman. Penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Penulis memohon maaf dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam Tesis ini. Akhir kata, semoga Tesis ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 5 Desember 2024

Tio Krisnawati Novega

## DAFTAR ISI

	Halaman
<i>ABSTRACT</i> .....	i
ABSTRAK.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Kontribusi Penelitian.....	12
1.4.1 Kontribusi Teoritis.....	12
1.4.2 Kontribusi Praktis.....	13
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....</b>	<b>14</b>
2.1 Kajian Pustaka.....	14
2.1.1 Nilai Perusahaan.....	14
2.1.2 Teori Sinyal (Signaling Theory).....	16
2.1.3 Teori Legitimasi .....	18
2.1.4 Teori Struktur Modal.....	20
2.1.5 <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	24
2.1.6 <i>Leverage</i> .....	28
2.1.7 Profitabilitas .....	29
2.2 Penelitian Terdahulu.....	32
2.3 Pengembangan Hipotesis .....	37
2.3.1 Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Nilai Perusahaan.....	37
2.3.2 Pengaruh <i>Leverage</i> terhadap Nilai Perusahaan.....	38
2.3.3 Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Profitabilitas..	39
2.3.4 Pengaruh <i>Leverage</i> terhadap Profitabilitas .....	41
2.3.5 Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan .....	42
2.3.6 Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Nilai Perusahaan yang dimediasi oleh Profitabilitas .....	43
2.3.7 Pengaruh <i>Leverage</i> terhadap Nilai Perusahaan yang dimediasi oleh Profitabilitas .....	44

<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>46</b>
3.1 Desain Penelitian.....	46
3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	47
3.2.1 Nilai Perusahaan (Y).....	47
3.2.2 Corporate Social Responsibility (X1).....	48
3.2.3 Leverage (X2).....	49
3.2.4 Profitabilitas.....	49
3.3 Populasi dan Sample.....	52
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	53
3.5 Metode Analisis Data.....	54
3.5.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	54
3.5.2 Analisis Regresi Data Panel.....	55
3.5.3 Estimasi Model Regresi Data Panel.....	55
3.5.3.1 Model Common Effect.....	56
3.5.3.2 Model Fixed Effect.....	56
3.5.3.3 Model Random Effect.....	57
3.5.4 Pemilihan Model Regresi Data Panel.....	58
3.5.4.1 Uji Chow.....	58
3.5.4.2 Uji Hausman.....	59
3.5.4.3 Uji Lagrange Multiplier (LM).....	59
3.5.5 Uji Asumsi Klasik.....	59
3.5.5.1 Uji Normalitas.....	60
3.5.5.2 Uji Multikolinearitas.....	61
3.5.5.3 Uji Heteroskedastisitas.....	61
3.5.5.4 Uji Auto Korelasi.....	62
3.5.6 Koefisien Determinasi (R square).....	63
3.5.7 Uji Kelayakan Model.....	64
3.5.8 Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F).....	66
3.5.9 Uji Hipotesis Statistik.....	66
3.5.9.1 Uji Pengaruh Langsung (Uji T).....	67
3.5.9.2 Uji Pengaruh Tidak Langsung (Uji Sobel).....	68
 <b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	 <b>69</b>
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	69
4.2 Analisis Data.....	72
4.2.1 Analisis Statistika Deskriptif.....	72
4.2.2 Statistika Inferensial.....	75
4.2.2.1 Pemilihan Model Regresi Data Panel.....	75
4.2.2.1.1 Pemilihan Model Regresi Ke-1.....	76
4.2.2.1.2 Pemilihan Model Regresi Ke-2.....	78
4.2.2.1.3 Pemilihan Model Regresi Ke-3.....	80
4.2.2.2 Uji Asumsi Klasik.....	83
4.2.2.2.1 Uji Normalitas.....	83
4.2.2.2.2 Uji Multikolinieritas.....	84
4.2.2.2.3 Uji Heteroskedastisitas.....	85

4.2.2.2.4 Uji Autokorelasi .....	86
4.2.2.3 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	87
4.2.2.4 Uji Kelayakan Model .....	88
4.2.2.5 Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F) .....	88
4.2.2.6 Pengujian Hipotesis .....	90
4.2.2.6.1 Uji Pengaruh Langsung (Uji T) .....	90
4.2.2.6.2 Uji Pengaruh Tidak Langsung (Mediasi) .....	91
4.3 Pembahasan .....	92
4.3.1 Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Nilai Perusahaan .....	92
4.3.2 Pengaruh <i>Leverage</i> terhadap Nilai Perusahaan .....	94
4.3.3 Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Profitabilitas .....	95
4.3.4 Pengaruh <i>Leverage</i> terhadap Profitabilitas .....	97
4.3.5 Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan .....	98
4.3.6 Profitabilitas Memediasi <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Nilai Perusahaan .....	99
4.3.7 Profitabilitas Memediasi <i>Leverage</i> terhadap Nilai Perusahaan .....	101
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>104</b>
5.1 Kesimpulan .....	104
5.2 Saran .....	106
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>110</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>120</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>133</b>

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Daftar Penelitian Terdahulu Jurnal Nasional.....	32
Tabel 2.2 Daftar Penelitian Terdahulu Jurnal Internasional.....	34
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel .....	50
Tabel 3.2 Kriteria Sampel Penelitian .....	53
Tabel 3.3 Sampel Penelitian.....	53
Tabel 4.1 Perusahaan Subsektor Food and Beverage yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2019 – 2023 .....	70
Tabel 4.2 Statistik Deskriptif Data Penelitian .....	72
Tabel 4.3 Hasil Pemilihan Model Regresi Data Panel Ke-1 .....	77
Tabel 4.4 Output Model Regresi Persamaan Ke-1 .....	77
Tabel 4.5 Hasil Pemilihan Model Regresi Data Panel Ke-2 .....	79
Tabel 4.6 Output Model Regresi Persamaan Ke-2.....	79
Tabel 4.7 Hasil Pemilihan Model Regresi Data Panel Ke-3 .....	81
Tabel 4.8 Output Model Regresi Persamaan Ke-3.....	81
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas.....	83
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinearitas.....	84
Tabel 4.11 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	85
Tabel 4.12 Hasil Uji Autokorelasi.....	86
Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	87
Tabel 4.14 Hasil Uji T Pengaruh Langsung .....	90
Tabel 4.15 Hasil Uji Pengaruh Tidak Langsung (Mediasi).....	91

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.2 Grafik Tingkat Nilai Perusahaan (Price Book Value) Sub Sektor Goods Consumers Industry Periode 2019 - 2023 .....	4
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Penelitian .....	45



## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Tabel Variabel .....	120
Lampiran 2. Uji Normalitas Persamaan Regresi Data Panel Ke-1 .....	122
Lampiran 3. Uji Normalitas Persamaan Regresi Data Panel Ke-2 .....	122
Lampiran 4. Uji Normalitas Persamaan Regresi Data Panel Ke-3 .....	123
Lampiran 5. Uji Multikolinearitas Persamaan Regresi Data Panel Ke-1.....	123
Lampiran 6. Uji Multikolinearitas Persamaan Regresi Data Panel Ke-2.....	123
Lampiran 7. Uji Multikolinearitas Persamaan Regresi Data Panel Ke-3.....	123
Lampiran 8. Uji Heteroskedastisitas Persamaan Regresi Data Panel Ke-1 .....	124
Lampiran 9. Uji Heteroskedastisitas Persamaan Regresi Data Panel Ke-2 .....	124
Lampiran 10. Uji Heteroskedastisitas Persamaan Regresi Data Panel Ke-3 .....	125
Lampiran 11. Uji Autokorelasi Persamaan Regresi Data Panel Ke-1 .....	125
Lampiran 12. Uji Autokorelasi Persamaan Regresi Data Panel Ke-2.....	126
Lampiran 13. Uji Autokorelasi Persamaan Regresi Data Panel Ke-3.....	126
Lampiran 14. Uji Chow (CEM vs FEM) Persamaan Regresi Data Panel Ke-1 .	127
Lampiran 15. Uji Lagrange Multiplier (CEM vs REM) Persamaan Regresi Data Panel Ke-1 .....	127
Lampiran 16. Common Effect Model (CEM) Persamaan Regresi Data Panel Ke-1 .....	128
Lampiran 17. Uji Chow (CEM vs FEM) Persamaan Regresi Data Panel Ke-2 .	128
Lampiran 18. Uji Lagrange Multiplier (CEM vs REM) Persamaan Regresi Data Panel Ke-2.....	129
Lampiran 19. Common Effect Model (CEM) Persamaan Regresi Data Panel Ke-2 .....	130
Lampiran 20. Uji Chow (CEM vs FEM) Persamaan Regresi Data Panel Ke-3 .	130
Lampiran 21. Uji Lagrange Multiplier (CEM vs REM) Persamaan Regresi Data Panel Ke-3.....	131
Lampiran 22. Common Effect Model (CEM) Persamaan Regresi Data Panel Ke-3 .....	131
Lampiran 23. Uji Pengaruh Tidak Langsung (Mediasi) (Pengaruh CSR terhadap PBV melalui ROA) .....	132
Lampiran 24. Uji Pengaruh Tidak Langsung (Mediasi) (Pengaruh DER terhadap PBV melalui ROA) .....	132