ARZUSIN
Jurnal Manajemen dan Pendidikan Dasar

e-ISSN : 2809-4093
p-ISSN : 2809-4484

Terindeks: Sinta 5, Copernicus, Dimensions, Scilit, Lens, Semantic Scholar, Garuda, Google, Base, etc.

https://doi.org/10.58578/arzusin.v6i1.8946

PENGARUH PROFITABILITAS DAN KEBIJAKAN DIVIDEN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) SEBAGAI VARIABEL MODERASI

Effects of Profitability and Dividend Policy on Firm Value with Corporate Social Responsibility (CSR) as a Moderating Variable

Ristia & Addiarrahman
UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi
ristiaa56@gmail.com; addiarrahman@uinjambi.ac.id

Article Info:

Submitted:	Revised:	Accepted:	Published:
Dec 19, 2025	Jan 10, 2026	Jan 22, 2026	Jan 27, 2026

Abstract

Firm value is a central issue in finance; however, studies that specifically position Corporate Social Responsibility (CSR) as a moderating variable in sharia-based companies remain limited. This study aimed to analyze the effect of profitability and dividend policy on firm value with CSR as a moderating variable in consumer goods industry sector companies listed on the *Indeks Saham Syariah Indonesia* (ISSI) for the 2019–2023 period. The research employed a quantitative approach with an explanatory research design, and the sample was determined using a purposive sampling technique. Secondary data were obtained from companies' financial statements and sustainability reports, and were analyzed using multiple linear regression and moderation testing with the aid of EViews software. The results showed that profitability and dividend policy did not have a significant effect on firm value. However, CSR was found to positively and significantly moderate the effect of

Arzusin is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License

dividend policy on firm value, while it did not moderate the effect of profitability. These findings underscore the important role of CSR in strengthening the influence of dividend policy on enhancing firm value and contribute to the development of signaling and legitimacy theories, while also providing practical implications for management and investors in sustainability-based financial decision-making.

Keywords: Profitability; Dividend Policy; Firm Value; Corporate Social Responsibility; *Indeks Saham Syariah Indonesia*

Abstrak: Nilai perusahaan merupakan isu penting dalam kajian keuangan, namun penelitian yang secara spesifik menempatkan *Corporate Social Responsibility (CSR)* sebagai variabel moderasi pada perusahaan berbasis syariah masih terbatas. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh profitabilitas dan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan dengan *CSR* sebagai variabel moderasi pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) periode 2019–2023. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain *explanatory research*, dengan sampel yang ditentukan melalui teknik *purposive sampling*. Data sekunder diperoleh dari laporan keuangan dan laporan keberlanjutan perusahaan, kemudian dianalisis menggunakan regresi linier berganda dan uji moderasi dengan bantuan perangkat lunak *EViews*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas dan kebijakan dividen tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun, *CSR* terbukti memoderasi secara positif dan signifikan pengaruh kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan, sementara tidak memoderasi pengaruh profitabilitas. Temuan ini menegaskan pentingnya peran *CSR* dalam memperkuat pengaruh kebijakan dividen terhadap peningkatan nilai perusahaan serta memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori sinyal dan legitimasi, sekaligus menghadirkan implikasi praktis bagi manajemen dan investor dalam pengambilan keputusan keuangan berbasis keberlanjutan.

Kata Kunci: Profitabilitas; Kebijakan Dividen; Nilai Perusahaan; *Corporate Social Responsibility*; Indeks Saham Syariah Indonesia

PENDAHULUAN

Nilai perusahaan merupakan indikator utama yang mencerminkan kinerja dan prospek keberlanjutan perusahaan di mata investor dan pemangku kepentingan. Dalam konteks pasar modal, nilai perusahaan sering dikaitkan dengan tingkat kemakmuran pemegang saham karena mencerminkan persepsi pasar terhadap kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba di masa depan. Peningkatan nilai perusahaan menjadi tujuan strategis manajemen karena berpengaruh langsung terhadap harga saham dan daya tarik investasi, khususnya pada perusahaan yang terdaftar di bursa efek (Ningrum, 2022).

Secara normatif, perusahaan tidak hanya dituntut untuk memperoleh laba, tetapi juga mampu mengelola sumber daya secara efisien guna meningkatkan nilai perusahaan secara berkelanjutan. Investor umumnya menggunakan informasi laporan keuangan sebagai dasar

pengambilan keputusan investasi dengan menganalisis rasio-rasio keuangan, seperti profitabilitas dan kebijakan dividen. Rasio keuangan tersebut dianggap mampu memberikan gambaran mengenai kinerja operasional, stabilitas keuangan, serta prospek pertumbuhan perusahaan di masa mendatang (Setiawan, 2022).

Profitabilitas merupakan indikator penting yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari aktivitas operasionalnya. Tingkat profitabilitas yang tinggi memberikan sinyal positif kepada investor mengenai kinerja dan potensi pertumbuhan perusahaan di masa depan, sebagaimana dijelaskan dalam teori sinyal (*signaling theory*). Teori ini menyatakan bahwa informasi keuangan yang baik akan meningkatkan kepercayaan investor dan berdampak pada peningkatan nilai perusahaan (I. Hidayat & Khotimah, 2022).

Sejumlah penelitian empiris menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian Amrulloh dan Amalia (2020) serta Hidayat dan Khotimah (2022) membuktikan bahwa perusahaan dengan tingkat profitabilitas tinggi cenderung memiliki nilai perusahaan yang lebih tinggi. Namun demikian, hasil yang berbeda juga ditemukan oleh Muharramah et al. (2021) yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Perbedaan temuan ini menunjukkan adanya ketidakkonsistenan hasil penelitian yang perlu dikaji lebih lanjut.

Selain profitabilitas, kebijakan dividen juga menjadi faktor penting dalam menentukan nilai perusahaan. Kebijakan dividen merupakan keputusan manajemen mengenai pembagian laba kepada pemegang saham atau menahannya untuk pembiayaan investasi di masa depan. Berdasarkan teori sinyal Miller dalam Gumanti, peningkatan dividen dipandang sebagai sinyal optimisme manajemen terhadap prospek laba perusahaan sehingga seharusnya berdampak positif terhadap nilai perusahaan (Ovami & Nasution, 2020).

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa kebijakan dividen berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan (Selvy & Esra, 2022). Namun, penelitian lain seperti Umbung et al. (2021) menemukan bahwa kebijakan dividen tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Perbedaan hasil ini mengindikasikan adanya *research gap* terkait faktor-faktor yang dapat memperkuat atau memperlemah pengaruh kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan.

Dalam perkembangan bisnis modern, investor tidak hanya menilai perusahaan dari aspek keuangan, tetapi juga dari komitmen terhadap tanggung jawab sosial perusahaan

(*Corporate Social Responsibility*). Penerapan CSR di Indonesia diperkuat oleh Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas Pasal 74 yang mewajibkan perusahaan tertentu melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Berdasarkan teori legitimasi, CSR menjadi sarana perusahaan untuk memperoleh legitimasi sosial sehingga dapat meningkatkan citra dan nilai perusahaan (Sultoni, 2020).

Hasil penelitian terkait peran CSR sebagai variabel moderasi masih menunjukkan temuan yang beragam. Penelitian Mufidah dan Purnamasari (2018) menyatakan bahwa CSR tidak mampu memoderasi hubungan antara profitabilitas dan nilai perusahaan. Sebaliknya, penelitian Mukti dan Winarso (2020) membuktikan bahwa CSR mampu memperkuat pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Ketidakkonsistenan hasil ini menunjukkan perlunya penelitian lanjutan, khususnya pada perusahaan berbasis syariah.

Fluktuasi kinerja perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) menunjukkan fenomena yang menarik. Meskipun sektor ini tergolong defensif, pelemahan daya beli masyarakat dan fluktuasi nilai tukar rupiah menyebabkan profitabilitas dan kebijakan dividen tidak selalu sejalan dengan nilai perusahaan. Hal ini dapat dilihat pada Tabel 1 berikut.

Tabel 1. PBV, NPM, dan DPR Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi

Tahun	PBV	NPM	DPR
2019	1,30	0,0641	0,50
2020	1,10	0,1071	0,38
2021	1,00	0,1128	0,32
2022	0,90	0,0829	0,35
2023	1,04	0,0545	0,29

Sumber: *www.idx.co.id (data diolah, 2025)*

Berdasarkan fenomena empiris dan adanya perbedaan hasil penelitian sebelumnya, penelitian ini menawarkan kebaruan dengan menempatkan CSR sebagai variabel moderasi dalam hubungan antara profitabilitas dan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor industri barang konsumsi berbasis syariah. Penelitian ini berlandaskan teori sinyal dan teori legitimasi untuk menjelaskan perilaku investor dan perusahaan. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh profitabilitas dan kebijakan

dividen terhadap nilai perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel moderasi pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) periode 2019–2023.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan positivisme yang bertujuan untuk menguji hubungan kausal antarvariabel berdasarkan data empiris yang terukur. Metode kuantitatif dipilih karena mampu menjelaskan fenomena penelitian secara objektif, sistematis, dan rasional melalui pengujian hipotesis menggunakan analisis statistik (Sugiyono, 2023). Pendekatan ini memungkinkan peneliti memperoleh gambaran yang akurat mengenai pengaruh profitabilitas dan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel moderasi.

Penelitian dilakukan pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) selama periode 2019–2023. Pemilihan sampel dilakukan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria tertentu sesuai tujuan penelitian. Data yang digunakan merupakan data sekunder yang bersumber dari laporan keuangan dan laporan keberlanjutan perusahaan yang dipublikasikan melalui situs resmi Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id). Periode penelitian selama lima tahun dipilih untuk memperoleh gambaran kinerja perusahaan yang lebih stabil dan representatif (Priadana & Sunarsi, 2021).

Analisis data dilakukan menggunakan teknik analisis regresi linier berganda dan uji moderasi untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen serta peran CSR sebagai variabel moderasi. Pengolahan data dilakukan dengan bantuan perangkat lunak EViews. Data sekunder digunakan karena bersifat objektif, dapat diverifikasi, serta relevan dalam mengkaji kinerja keuangan perusahaan sesuai dengan tujuan penelitian (Paramita, 2021).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Populasi didefinisikan sebagai keseluruhan objek atau subjek yang memiliki karakteristik tertentu untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya, sedangkan sampel merupakan bagian dari populasi yang mewakili karakteristik tersebut (Paramita, 2021). Pemilihan sampel dilakukan karena keterbatasan peneliti untuk meneliti seluruh populasi secara menyeluruh.

Metode penarikan sampel menggunakan *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian (Priadana & Sunarsi, 2021). Berdasarkan kriteria tersebut, diperoleh 12 perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) selama periode 2019–2023, sehingga total sampel observasi berjumlah 60 data panel (12 perusahaan × 5 tahun).

Instrumen penelitian yang digunakan berupa data sekunder yang meliputi laporan keuangan tahunan, laporan keberlanjutan (*sustainability report*), serta data pasar saham perusahaan. Data tersebut digunakan untuk mengukur variabel profitabilitas (*Net Profit Margin*/NPM), kebijakan dividen (*Dividend Payout Ratio*/DPR), nilai perusahaan (*Price to Book Value*/PBV), serta pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Data diperoleh melalui situs resmi Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id) dan laporan perusahaan yang dipublikasikan.

Analisis data dilakukan menggunakan regresi data panel dengan bantuan perangkat lunak EViews. Tahapan analisis meliputi analisis deskriptif, pemilihan model regresi terbaik (*Common Effect*, *Fixed Effect*, atau *Random Effect*), pengujian asumsi klasik, serta pengujian hipotesis melalui uji simultan, uji parsial, dan *Moderated Regression Analysis* (MRA) untuk menguji peran CSR sebagai variabel moderasi. Penggunaan regresi data panel dinilai efektif karena mampu menangkap variasi data antarperusahaan dan antarwaktu secara simultan (Indartini & Mutmainah, 2024).

HASIL

1. Hasil Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif dalam penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran umum mengenai karakteristik data pada masing-masing variabel penelitian, meliputi Profitabilitas (NPM), Kebijakan Dividen (DPR), Nilai Perusahaan (PBV), dan Corporate Social Responsibility (CSR). Analisis ini dilakukan untuk mengetahui kecenderungan nilai rata-rata, median, serta variasi data yang tercermin dari nilai minimum dan maksimum pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) periode 2019–2023.

Tabel 2. Hasil Analisis Deskriptif

	X1	X2	Y	Z
Mean	0.109440	0.659976	7.029843	0.511486
Median	0.097724	0.546729	3.009127	0.440000
Maximum	0.313580	1.971600	60.67179	0.920000
Minimum	0.005928	0.123170	0.563716	0.239000
Std. Dev.	0.068752	0.419483	13.35094	0.177412
Skewness	1.165396	1.138185	3.091428	0.599706
Kurtosis	4.171677	4.094211	11.36121	2.285052
Jarque-Bera	17.01354	15.94789	270.3439	4.874352
Probability	0.000202	0.000344	0.000000	0.087407
Sum	6.566422	39.59859	421.7906	30.68918

Profitabilitas yang diukur menggunakan *Net Profit Margin* (NPM) menunjukkan nilai rata-rata sebesar 0,109440 atau 10,9%, dengan median 0,097724. Nilai maksimum sebesar 0,313580 dicapai oleh PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk (SIDO), sedangkan nilai minimum sebesar 0,005928 dimiliki oleh PT Phapros Tbk (PEHA). Hal ini menunjukkan adanya perbedaan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari penjualannya.

Kebijakan dividen yang diukur dengan *Dividend Payout Ratio* (DPR) memiliki nilai rata-rata sebesar 0,659976 atau 65,9%, yang mengindikasikan bahwa perusahaan sampel secara umum membagikan sebagian besar laba bersihnya sebagai dividen. Nilai maksimum DPR sebesar 1,971600 atau 197,1% tercatat pada PT Phapros Tbk (PEHA), yang menunjukkan pembagian dividen melebihi laba bersih tahun berjalan. Sementara itu, nilai minimum sebesar 0,123170 dimiliki oleh PT Ultrajaya Milk Industry Tbk (ULTJ), yang mencerminkan kebijakan pembagian dividen yang relatif rendah.

Nilai perusahaan yang diukur menggunakan *Price to Book Value* (PBV) menunjukkan nilai rata-rata sebesar 7,029843 dengan median 3,009127. Nilai maksimum sebesar 60,67179 dicapai oleh PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR), sedangkan nilai minimum sebesar 0,563716 dimiliki oleh PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP). Tingginya variasi nilai PBV mencerminkan perbedaan persepsi pasar terhadap kinerja dan prospek masing-masing perusahaan.

Corporate Social Responsibility (CSR) memiliki nilai rata-rata sebesar 0,511486 atau 51,1%, dengan median sebesar 0,440000. Nilai tertinggi sebesar 0,920000 dicapai oleh PT Merck Tbk (MERK), sedangkan nilai terendah sebesar 0,239000 dimiliki oleh PT Garudafood Putra Putri Jaya Tbk (GOOD). Hasil ini menunjukkan bahwa tingkat pengungkapan CSR antarperusahaan masih bervariasi, meskipun secara umum berada pada kategori sedang.

2. Pemilihan Model Regresi Data Panel

Pemilihan model regresi data panel dalam penelitian ini bertujuan untuk menentukan model estimasi yang paling tepat dalam menganalisis pengaruh profitabilitas dan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel moderasi. Model yang dipertimbangkan meliputi *Common Effect Model* (CEM), *Fixed Effect Model* (FEM), dan *Random Effect Model* (REM), yang selanjutnya diuji melalui Uji Chow, Uji Hausman, dan Uji Lagrange Multiplier (LM).

a. Uji Chow

Tabel 3. Hasil Uji Chow

Redundant Fixed Effects Tests
Equation: Untitled
Test cross-section fixed effects

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	88.103167	(11,45)	0.0000
Cross-section Chi-square	186.907720	11	0.0000

Berdasarkan Tabel 3, nilai probabilitas *cross-section chi-square* sebesar 0,0000 lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa model *Fixed Effect Model* (FEM) lebih tepat digunakan dibandingkan *Common Effect Model* (CEM), sehingga pengujian model dilanjutkan dengan Uji Hausman.

b. Uji Hausman

Tabel 4. Hasil Uji Hausman

Correlated Random Effects - Hausman Test
Equation: Untitled
Test cross-section random effects

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	2.695554	3	0.4410

Hasil Uji Hausman pada Tabel 4 menunjukkan nilai probabilitas sebesar 0,4410 yang lebih besar dari 0,05. Hal ini mengindikasikan bahwa tidak terdapat perbedaan signifikan antara estimasi koefisien pada model *Fixed Effect* dan *Random Effect*, sehingga *Random Effect Model* (REM) dinilai lebih efisien dan layak digunakan.

c. Uji Lagrange Multiplier (LM)

Tabel 5. Hasil Uji Lagrange Multiplier

Lagrange Multiplier Tests for Random Effects
Null hypotheses: No effects
Alternative hypotheses: Two-sided (Breusch-Pagan) and one-sided (all others) alternatives

	Test Hypothesis		
	Cross-section	Time	Both
Breusch-Pagan	89.63307 (0.0000)	1.018803 (0.3128)	90.65187 (0.0000)
Honda	9.467474 (0.0000)	-1.009358 (0.8436)	5.980792 (0.0000)
King-Wu	9.467474 (0.0000)	-1.009358 (0.8436)	4.024621 (0.0000)
Standardized Honda	11.14027 (0.0000)	-0.782326 (0.7830)	4.071786 (0.0000)
Standardized King-Wu	11.14027 (0.0000)	-0.782326 (0.7830)	2.013415 (0.0220)
Gourieroux, et al.	--	--	89.63307 (0.0000)

Berdasarkan hasil Uji Lagrange Multiplier pada Tabel 5, nilai probabilitas pada dimensi *cross-section* menunjukkan hasil signifikan (p-value < 0,05), sedangkan pada dimensi waktu tidak signifikan (p-value > 0,05). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model *Random Effect* lebih tepat digunakan dibandingkan *Common Effect Model* dalam penelitian ini.

3. Analisis Regresi Data Panel

Analisis regresi data panel dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh profitabilitas dan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel moderasi. Berdasarkan hasil pemilihan model sebelumnya, *Random Effect Model* (REM) ditetapkan sebagai model terbaik dan digunakan untuk menganalisis data perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) selama periode 2019–2023.

Tabel 6. Hasil Analisis Regresi Data Panel

Dependent Variable: Y
Method: Panel EGLS (Cross-section random effects)
Date: 06/20/25 Time: 12:46
Sample: 2019 2023
Periods included: 5
Cross-sections included: 12
Total panel (balanced) observations: 60
Swamy and Arora estimator of component variances

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
X1	34.67047	18.00978	1.925091	0.0593
X2	0.741552	1.466528	0.505651	0.6151
Z	-8.077980	3.204527	-2.520803	0.0146
C	6.950989	4.818897	1.442444	0.1547

Effects Specification	S.D.	Rho
Cross-section random	13.32316	0.9533
Idiosyncratic random	2.947895	0.0467

Weighted Statistics			
R-squared	0.172433	Mean dependent var	0.692286
Adjusted R-squared	0.128099	S.D. dependent var	3.149411
S.E. of regression	2.940783	Sum squared resid	484.2993
F-statistic	3.889408	Durbin-Watson stat	1.005079
Prob(F-statistic)	0.013518		

Unweighted Statistics			
R-squared	0.052034	Mean dependent var	7.030429
Sum squared resid	9969.590	Durbin-Watson stat	0.048824

Berdasarkan Tabel 6, hasil estimasi regresi menunjukkan bahwa variabel profitabilitas (X1) dan kebijakan dividen (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (Y), yang ditunjukkan oleh nilai probabilitas keduanya yang lebih besar dari 0,05. Hal ini mengindikasikan bahwa perubahan tingkat profitabilitas maupun kebijakan pembagian dividen belum mampu secara langsung meningkatkan nilai perusahaan pada perusahaan sampel.

Sebaliknya, variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki nilai probabilitas di bawah 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Koefisien CSR yang bernilai negatif menunjukkan bahwa peningkatan pengungkapan CSR dalam periode penelitian cenderung diikuti oleh penurunan nilai perusahaan, yang dapat dikaitkan dengan tingginya biaya implementasi CSR yang belum sepenuhnya direspon positif oleh pasar.

Persamaan regresi yang dihasilkan dalam penelitian ini adalah:

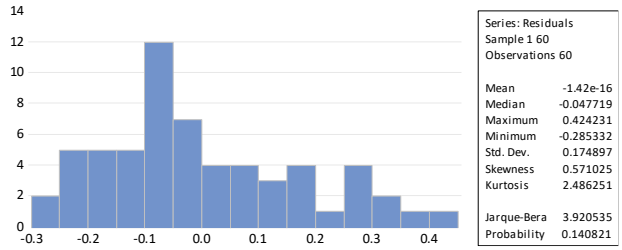
$$\mathbf{Y = 6{,}4590 + 36{,}2167X_1 + 0{,}8388X_2 - 7{,}7155Z + \varepsilon,}$$

yang menunjukkan bahwa ketika variabel lain dianggap konstan, perubahan pada masing-masing variabel independen akan memengaruhi nilai perusahaan sesuai dengan arah dan besaran koefisiennya. Model ini merepresentasikan hubungan empiris antar variabel dalam konteks perusahaan syariah sektor industri barang konsumsi di Indonesia.

4. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Gambar 1. Hasil Uji Normalitas



Berdasarkan Gambar 1, nilai probabilitas Jarque-Bera sebesar 0,140821 yang lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa residual dalam model regresi berdistribusi normal, sehingga asumsi normalitas telah terpenuhi.

b. Uji Multikolinearitas

Tabel 7. Hasil Uji Multikolinearitas (VIF)

Variance Inflation Factors
Date: 06/20/25 Time: 15:24
Sample: 2019 2023
Included observations: 60

Variable	Coefficient Variance	Uncentered VIF	Centered VIF
X1	329.3298	1.317671	1.053115
X2	2.145855	1.083590	1.020902
Z	10.38983	1.228081	1.045772
C	23.93342	1.605227	NA

Hasil uji multikolinearitas pada Tabel 7 menunjukkan bahwa seluruh variabel independen memiliki nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) di bawah 10. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat hubungan linier yang kuat antar variabel independen, sehingga model regresi bebas dari masalah multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 8. Hasil Uji Heteroskedastisitas (Breusch-Pagan-Godfrey)

Heteroskedasticity Test: Breusch-Pagan-Godfrey
Null hypothesis: Homoskedasticity

F-statistic	0.793251	Prob. F(3,56)	0.5028
Obs*R-squared	2.445799	Prob. Chi-Square(3)	0.4852
Scaled explained SS	1.583276	Prob. Chi-Square(3)	0.6632

Berdasarkan Tabel 8, nilai probabilitas Chi-Square sebesar 0,4852 yang lebih besar dari 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas dalam model regresi, sehingga varians residual dapat dianggap konstan.

d. Uji Autokorelasi

Tabel 9. Hasil Uji Autokorelasi

Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test:
Null hypothesis: No serial correlation at up to 2 lags

F-statistic	2.003706	Prob. F(2,53)	0.1449
Obs*R-squared	4.147483	Prob. Chi-Square(2)	0.1257

Hasil uji autokorelasi pada Tabel 9 menunjukkan nilai probabilitas sebesar 0,1257 yang lebih besar dari 0,05. Hal ini menandakan bahwa tidak terdapat korelasi antar residual, sehingga model regresi dinyatakan bebas dari masalah autokorelasi.

5. Uji Hipotesis

a. Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 10. Hasil Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R^2)

Weighted Statistics

R-squared	0.172433	Mean dependent var	0.692286
Adjusted R-squared	0.128099	S.D. dependent var	3.149411
S.E. of regression	2.940783	Sum squared resid	484.2993
F-statistic	3.889408	Durbin-Watson stat	1.005079
Prob(F-statistic)	0.013518		

Berdasarkan Tabel 10, nilai Adjusted R-Square sebesar 0,128099 menunjukkan bahwa variabel profitabilitas dan kebijakan dividen mampu menjelaskan variasi nilai perusahaan sebesar 12%, sedangkan sisanya sebesar 88% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian ini.

b. Uji Statistik F (Simultan)

Tabel 11. Uji Statistik F

Weighted Statistics

R-squared	0.172433	Mean dependent var	0.692286
Adjusted R-squared	0.128099	S.D. dependent var	3.149411
S.E. of regression	2.940783	Sum squared resid	484.2993
F-statistic	3.889408	Durbin-Watson stat	1.005079
Prob(F-statistic)	0.013518		

Hasil uji statistik F pada Tabel 11 menunjukkan nilai probabilitas sebesar 0,013518 yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini berarti profitabilitas dan kebijakan dividen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga hipotesis H_3 diterima dan H_0 ditolak.

c. Uji Statistik t (Parsial)

Tabel 12. Uji Statistik t

Dependent Variable: Y
Method: Panel EGLS (Cross-section random effects)
Date: 06/23/25 Time: 15:03
Sample: 2019 2023
Periods included: 5
Cross-sections included: 12
Total panel (balanced) observations: 60
Swamy and Arora estimator of component variances

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	6.950989	4.818897	1.442444	0.1547
X1	34.67047	18.00978	1.925091	0.0593
X2	0.741552	1.466528	0.505651	0.6151
Z	-8.077980	3.204527	-2.520803	0.0146

Berdasarkan hasil uji [illegible]M) memiliki nilai probabilitas sebesar 0,0593 yang lebih besar dari 0,05, sehingga tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dan hipotesis H_1 ditolak. Variabel kebijakan dividen (DPR) juga menunjukkan nilai probabilitas sebesar 0,6151 (> 0,05), sehingga tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dan hipotesis H_2 ditolak. Sementara itu, CSR memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan karena nilai probabilitasnya lebih kecil dari 0,05.

6. *Moderate Regression Analysis* (MRA)

Tabel 13. Hasil Uji Moderate Regression Analysis (MRA) 1

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	3.487391	5.521465	0.631606	0.5302
X1	71.30300	26.90643	2.650036	0.0104
Z	1.605569	6.034054	0.266085	0.7912
X1Z	-88.77921	47.77297	-1.858356	0.0684

Berdasarkan Tabel 13, hasil uji regresi moderasi menunjukkan bahwa variabel interaksi antara profitabilitas dan *Corporate Social Responsibility* (X1Z) memiliki nilai probabilitas sebesar 0,0684 yang lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa CSR tidak mampu memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan, sehingga hipotesis H_4 ditolak.

Tabel 14. Hasil UjiModerate Regression Analysis (MRA) 2

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	2.436437	4.296440	0.567083	0.5729
X2	13.19204	3.689112	3.575940	0.0007
Z	12.97038	6.594685	1.966792	0.0542
X2Z	-32.63796	8.916305	-3.660480	0.0006

Berdasarkan Tabel 14, variabel interaksi antara kebijakan dividen dan *Corporate Social Responsibility* (X2Z) memiliki nilai probabilitas sebesar 0,0006 yang lebih kecil dari 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa CSR mampu memoderasi pengaruh kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan, sehingga hipotesis H_5 diterima.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa profitabilitas yang diukur dengan *Net Profit Margin* (NPM) tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI). Hal ini dibuktikan dengan nilai t-statistic sebesar 1,925091 dan tingkat signifikansi 0,0593 yang lebih besar dari 0,05, sehingga H_0 diterima dan H_1 ditolak. Temuan ini mengindikasikan bahwa perubahan tingkat profitabilitas perusahaan tidak secara langsung memengaruhi nilai perusahaan.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa investor tidak hanya berfokus pada indikator profitabilitas dalam menilai perusahaan, tetapi juga mempertimbangkan faktor lain seperti prospek pertumbuhan, stabilitas keuangan, manajemen risiko, serta kondisi pasar secara keseluruhan. Hal ini sejalan dengan teori *Behavioral Finance* yang menyatakan bahwa investor tidak selalu bersikap rasional dalam pengambilan keputusan, karena sering dipengaruhi oleh persepsi, emosi, dan sentimen pasar, sehingga indikator keuangan seperti profitabilitas belum tentu menjadi pertimbangan utama.

Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan Muharramah et al. (2021), Mahanani dan Kartika (2022), serta Farizki et al. (2021) yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun, temuan ini tidak mendukung teori signaling yang menyatakan bahwa profitabilitas tinggi merupakan sinyal positif bagi pertumbuhan perusahaan di masa depan, serta tidak sejalan dengan penelitian Iman et al.

(2021), Pradanimas dan Sucipto (2022), serta Isnaeni et al. (2021) yang menemukan pengaruh positif dan signifikan profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

2. Pengaruh Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa kebijakan dividen yang diukur dengan *Dividend Payout Ratio* (DPR) tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI). Hal ini dibuktikan oleh nilai t-statistic sebesar 0,505651 dengan tingkat signifikansi 0,6151 yang lebih besar dari 0,05, sehingga H_0 diterima dan H_2 ditolak. Temuan ini mengindikasikan bahwa besar kecilnya dividen yang dibagikan perusahaan tidak secara langsung memengaruhi persepsi investor terhadap nilai perusahaan.

Hasil tersebut tidak sejalan dengan teori signaling yang dikemukakan oleh Modigliani dan Miller, yang menyatakan bahwa peningkatan dividen dapat menjadi sinyal positif mengenai prospek pendapatan perusahaan di masa depan. Namun, dalam konteks penelitian ini, investor diduga tidak menjadikan kebijakan dividen sebagai pertimbangan utama dalam pengambilan keputusan investasi, melainkan lebih memperhatikan prospek pertumbuhan jangka panjang perusahaan. Selain itu, pada pasar yang relatif efisien, informasi mengenai dividen kemungkinan telah tercermin dalam harga saham, sehingga perubahan kebijakan dividen tidak memberikan dampak tambahan terhadap nilai perusahaan.

Temuan penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Hidayat et al. (2022), Anisa et al. (2022), serta Widyananda dan Jonathan (2023) yang menyatakan bahwa kebijakan dividen tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun demikian, hasil ini tidak mendukung temuan Krisdiyanto et al. (2020), Indrayani et al. (2021), serta Dessriadi et al. (2022) yang menemukan bahwa kebijakan dividen berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

3. Pengaruh Profitabilitas dan Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas dan kebijakan dividen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini dibuktikan melalui uji F yang menghasilkan nilai probability F-statistic sebesar 0,013510 < 0,05, sehingga hipotesis alternatif diterima. Temuan ini mengindikasikan bahwa kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba serta kebijakan pembagian dividen yang diterapkan secara bersama-sama mampu meningkatkan persepsi investor terhadap nilai perusahaan.

Besarnya pengaruh profitabilitas, kebijakan dividen, dan *corporate social responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan ditunjukkan oleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 12%. Angka ini menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut memiliki kontribusi dalam menjelaskan variasi nilai perusahaan, meskipun masih terdapat faktor lain sebesar 88% yang berasal dari variabel di luar model penelitian, seperti ukuran perusahaan, struktur modal, pertumbuhan perusahaan, serta kondisi ekonomi dan industri.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Zuraida (2019) serta Martha et al. (2018) yang menyatakan bahwa profitabilitas dan kebijakan dividen secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Namun demikian, temuan ini berbeda dengan penelitian Zam (2016) yang menyimpulkan bahwa profitabilitas dan kebijakan dividen tidak berpengaruh secara bersama-sama terhadap nilai perusahaan. Perbedaan hasil ini dapat disebabkan oleh perbedaan objek penelitian, periode pengamatan, maupun karakteristik perusahaan yang diteliti.

4. Pengaruh CSR dalam Memoderasi Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Hasil uji *Moderate Regression Analysis* (MRA) menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) belum mampu memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh nilai probabilitas interaksi profitabilitas dan CSR sebesar 0,0684 > 0,05 dengan koefisien negatif sebesar -88,77921. Dengan demikian, hipotesis alternatif ditolak, yang berarti keberadaan CSR belum memberikan penguatan maupun pelemahan yang signifikan terhadap hubungan antara profitabilitas (NPM) dan nilai perusahaan (PBV) pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di ISSI.

Temuan ini tidak sejalan dengan teori stakeholder yang menyatakan bahwa pelaksanaan CSR dapat meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kepercayaan dan dukungan dari para pemangku kepentingan. Kondisi ini dapat disebabkan oleh pelaksanaan CSR yang masih bersifat simbolis dan belum terintegrasi secara strategis dalam aktivitas perusahaan, sehingga belum mampu memengaruhi persepsi investor. Selain itu, investor di pasar modal syariah cenderung lebih memprioritaskan kinerja keuangan dibandingkan aktivitas sosial perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Yoda et al. (2023) serta Raningsih dan Artini (2018) yang menyatakan bahwa CSR tidak mampu memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Namun, temuan ini berbeda dengan penelitian Kahrisma dan Priyadi (2023) yang menyimpulkan bahwa CSR mampu memoderasi hubungan tersebut.

Perbedaan hasil ini kemungkinan dipengaruhi oleh perbedaan karakteristik perusahaan, periode penelitian, serta kualitas dan standar pelaporan CSR yang digunakan.

5. Pengaruh CSR dalam Memoderasi Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan

Hasil uji Moderated Regression Analysis (MRA) menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) mampu memoderasi pengaruh kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan. Hal ini dibuktikan dengan nilai probabilitas sebesar 0,0006 < 0,05 dan koefisien interaksi sebesar -32,63796. Dengan demikian, hipotesis alternatif diterima, yang berarti CSR berperan signifikan dalam memengaruhi hubungan antara kebijakan dividen (DPR) dan nilai perusahaan (PBV) pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di ISSI.

Meskipun koefisien interaksi bernilai negatif, temuan ini tetap menunjukkan adanya peran moderasi CSR yang signifikan. Hal tersebut mengindikasikan bahwa keberadaan CSR memengaruhi persepsi investor terhadap kebijakan dividen yang diterapkan perusahaan, meskipun tidak selalu memperkuat hubungan secara langsung. CSR menjadi faktor penilaian tambahan bagi investor dalam menilai keputusan pembagian dividen, terutama terkait dengan keberlanjutan dan tanggung jawab sosial perusahaan.

Temuan ini sejalan dengan teori stakeholder yang menekankan bahwa perusahaan memiliki tanggung jawab tidak hanya kepada pemegang saham, tetapi juga kepada seluruh pemangku kepentingan. Pelaksanaan CSR yang baik dapat meningkatkan citra dan legitimasi perusahaan, sehingga kebijakan dividen dipersepsikan lebih positif oleh pasar. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Fadhilah et al. (2021), namun tidak sejalan dengan penelitian Yoda et al. (2023) yang menyatakan bahwa CSR belum mampu memoderasi pengaruh kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan.

KESIMPULAN

Bagian kesimpulan menyajikan sintesis dari hasil dan pembahasan, yang secara langsung Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) periode 2019–2023, profitabilitas dan kebijakan dividen secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, namun secara simultan keduanya berpengaruh signifikan. Selain itu, *corporate social responsibility* (CSR) belum mampu

memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan, tetapi mampu memoderasi pengaruh kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini berkontribusi pada pengembangan kajian nilai perusahaan syariah dengan menempatkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel moderasi antara profitabilitas, kebijakan dividen, dan nilai perusahaan. Temuan ini memperkuat teori stakeholder dan legitimasi, khususnya bahwa CSR berperan penting dalam memperkuat pengaruh kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan.

Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas periode dan sektor penelitian serta menambahkan variabel lain seperti ukuran perusahaan dan struktur modal. Selain itu, penggunaan proksi CSR yang lebih beragam dan pendekatan metode campuran dapat dilakukan untuk memperoleh hasil yang lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

Amrulloh, A., & Amalia, A. D. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, Likuiditas, Ukuran Perusahaan dan Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2015-2019). *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, *9*(2), 167–184. https://doi.org/10.36080/jak.v9i2.1421

Anisa, N., Hermuningsih, & Maulida, A. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Kebijakan Dividen, Leverage dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, *4*(3), 626–640. https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i3.708

Dessriadi, G. A., Harsuti, Muntahanah, S., & Murdijaningsih, T. (2022). Pengaruh Kebijakan Dividen, Leverage dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan LQ-45 yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, *6*(1), 195–198. https://doi.org/10.33087/ekonomis.v6i1.506

Fadhilah, R., Idawati, W., & Praptiningsih. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, dan Struktur Kepemilikan Institusional terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Akunida*, *7*(2), 190–204. https://doi.org/10.30997/jakd.v7i2.4524

Farizki, F. I., Suhendro, & Masitoh, E. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Likuiditas, Ukuran Perusahaan dan Struktur Aset terhadap Nilai Perusahaan. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, *5*(1), 17–22. https://doi.org/10.33087/ekonomis.v5i1.273

Hidayat, I., & Khotimah, K. (2022). Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan Sub Sektor Kimia yang Terdaftar di Bursa Efek Periode 2018-2020. *JIAKES: Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, *10*(1), 1–8. https://doi.org/10.37641/jiakes.v10i1.1175

Hidayat, T., Yahya, A., Hardiyanti, P., & Permatasari, M. D. (2022). Kebijakan Deviden dan Hutang serta Keputusan Investasi dalam Mempengaruhi Nilai Perusahaan. *Ekomabis:*

Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis, *3*(1), 57–68. https://doi.org/10.37366/ekomabis.v3i01.438

Iman, C., Sari, F. N., & Pujiati, N. (2021). Pengaruh Likuiditas dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Perspektif*, *19*(2), 191–198. https://doi.org/10.31294/jp.v19i2.11393

Indartini, M., & Mutmainah. (2024). *Analisis Data Kuantitatif, Uji Instrumen, Uji Asumsi Klasik, Uji Korelasi, dan Regresi Linier Berganda*. Lakeisha.

Indrayani, N. K., Endiana, I. D. M., & Pramesti, I. G. A. A. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Kebijakan Dividen, Akuntansi Lingkungan, Leverage dan Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Kharisma*, *3*(1), 52–62.

Isnaeni, W. A., Santoso, S. B., Rachmawati, E., & Santoso, S. E. B. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Pertumbuhan Perusahaan, Ukuran Perusahaan dan Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan. *RAAR: Review of Applied Accounting Research*, *1*(1), 17–28. https://doi.org/10.30595/raar.v1i1.11720

Kharisma, P., & Priyadi, M. P. (2023). Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility sebagai Variabel Moderasi. *JIAKu: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, *2*(3), 258–274. https://doi.org/10.24034/jiaku.v2i3.6048

Krisdiyanto, Wiyono, G., & Rinofah, R. (2020). Nilai Perusahaan Ditinjau dari Profitabilitas, Keputusan Investasi dan Keputusan Pendanaan. *Jurnal Fokus*, *10*(1), 121–131. https://doi.org/10.12928/fokus.v10i1.1694

Mahanani, H. T., & Kartika, A. (2022). Pengaruh Struktur Modal, Likuiditas, Ukuran Perusahaan, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, *5*(1), 360–372. https://doi.org/10.32670/fairvalue.v5i1.2280

Martha, L., Sogiroh, N. U., Magdalena, M., Susanti, F., & Syafitri, Y. (2018). Profitabilitas dan Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Benefita*, *3*(2), 227–238. https://doi.org/10.22216/jbe.v3i2.3493

Mufidah, N., & Purnamasari, P. E. (2018). Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility dan Good Corporate Governance sebagai Variabel Moderating. *El Dinar: Jurnal Keuangan dan Perbankan Syariah*, *6*(1), 64–82. https://doi.org/10.18860/ed.v6i1.5454

Muharramah, R., & Hakim, M. Z. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan. In *UM Jember Press* (pp. 569–576). https://doi.org/10.32528/psneb.v0i0.5210

Mukti, A. H., & Winarso, B. S. (2020). Profitabilitas dan Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan dengan Variabel Corporate Social Responsibility sebagai Moderasi. *Jurnal REKSA: Rekayasa Keuangan, Syariah, dan Audit*, *7*(2), 73–83. https://doi.org/10.12928/j.reksa.v7i2.2670

Ningrum, E. P. (2022). *Nilai Perusahaan: Konsep dan Aplikasi*. Adab.

Ovami, D. C., & Nasution, A. A. (2020). Pengaruh Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan yang Terdaftar dalam Indeks LQ 45. *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi*, *4*(2), 331–336. https://doi.org/10.33395/owner.v4i2.247

Paramita, R. W. D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif: Buku Ajar Perkuliahan Metodologi Penelitian bagi Mahasiswa Akuntansi & Manajemen*. Widya Gama Press.

Pradanimas, A., & Sucipto, A. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan Leverage terhadap Harga Saham dengan Nilai Perusahaan sebagai Variabel Intervening. *Briliant: Jurnal Riset dan Konseptual*, *7*(1), 93–104. https://doi.org/10.28926/briliant.v7i1.788

Priadana, S., & Sunarsi, D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif* (1st ed.). Pascal Books.

Raningsih, N. K., & Artini, L. G. S. (2018). Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility sebagai Variabel Moderasi. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, *7*(8), 1997–2026. https://doi.org/10.24843/eeb.2018.v07.i08.p03

Selvy, & Esra, M. A. (2022). Pengaruh Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan dengan Kebijakan Hutang sebagai Variabel Intervening pada Perusahaan yang Terdaftar di Indeks LQ45 Periode 2015-2019. *JESYA: Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, *5*(2), 1252–1263. https://doi.org/10.36778/jesya.v5i2.734

Setiawan, E. (2022). *Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Asset serta Pengaruhnya terhadap Leverage pada Perusahaan*. Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia.

Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (1st ed.). Alfabeta.

Sultoni, M. H. (2020). *Corporate Social Responsibility (Kajian Korelasi Program CSR terhadap Citra Perusahaan)*. CV. Duta Media.

Umbung, M. H., Ndoen, W. M., & Amtiran, P. Y. (2021). Pengaruh Kebijakan Dividen dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi*, *10*(2), 211–225. https://doi.org/10.37932/ja.v10i2.387

Widyananda, H. N., & Jonathan, A. (2023). Rasio Keuangan, Kebijakan Dividen dan Hutang Maupun Faktor Lainnya yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi TSM*, *3*(1), 159–174.

Yoda, T. C., Reswita, Y., Febriani, R., & Hasra, H. Y. (2023). Pengaruh Profitabilitas dan Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus: Index IDX30 yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2020). *Menara Ekonomi*, *9*(1), 52–61. https://jurnal.umsb.ac.id/index.php/menaraekonomi/article/view/4263

Zam, N. (2016). Pengaruh Kebijakan Dividen dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2016. *Jurnal Elektronik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Muhammidyah Palopo*, *4*(2), 22–30.

Zuraida, I. (2019). Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan. *Balance: Jurnal Akuntansi dan Bisnis*, *4*(1), 529–536. https://jurnal.um-palembang.ac.id/balance/article/view/1828