



PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, *LEVERAGE* DAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA PERUSAHAAN *FOOD AND BEVERAGE* YANG TERDAFTAR DI BEI TAHUN 2016-2019

Oleh

Miya Rohsa

2017-11-439

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

TAHUN 2021



PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, *LEVERAGE* DAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA PERUSAHAAN *FOOD AND BEVERAGE* YANG TERDAFTAR DI BEI TAHUN 2016-2019

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan jenjang pendidikan
Strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muria Kudus

Oleh

Miya Rohsa

2017-11-439

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2021**

PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, *LEVERAGE* DAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA PERUSAHAAN *FOOD AND BEVERAGE* YANG TERDAFTAR DI BEI TAHUN 2016-2019

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji
Ujian Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus,


2021

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen



(Dina Lusianti, S.E., M.M., AKK.)
NIDN. 0630098401

Pembimbing I



(Dr. Suprivono, S.E., M.M.)
NIDN. 0614037104

Mengetahui,
Plt. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



(Dr. Dra. Sulistyowati, S.H., C.N.)
NIDN. 0607076401

Pembimbing II



(Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M.)
NIDN. 0628048702

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

“Raihlah ilmu dan untuk meraih ilmu, belajarlah untuk tenang dan sabar.” (Umar Bin Khattab)

“Ilmu bukanlah dengan banyaknya riwayat, ilmu tidak lain adalah sebuah cahaya yang Allah tempatkan di dalam hati.” (Imam Malik)



KATA PENGATAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Alhamdulillah, panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq, hidayah serta inayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage* dan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Mediasi Pada Perusahaan *Food And Beverage* Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2016-2019**”.

Skripsi merupakan salah satu syarat mendapatkan gelar Stara 1 (SI) dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus. Berkat dukungan dan bimbingan, skripsi telah diselesaikan. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak khususnya kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, Msi selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. Dra. Sulistyowati, S.H., C.N., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Dina Lusianti, S.E., M.M., AAK, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Dr. Supriyono, SE., M.M., selaku Dosen Pembimbing I, yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan konsultasi dalam penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas bimbingan, ilmu, dan sarannya yang telah diberikan, semoga Allah SWT membalas dengan kebaikan dan keberkahan, Aamiin.

5. Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, arahan, dan konsultasi dalam penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas bimbingan, ilmu dan sarannya, semoga Allah membalas dengan kebaikan dan keberkahan, Aamiin.

6. Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis telah mengajar, membimbing dengan iklas dan sabar.

7. Keluargaku tercinta yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan moral maupun moril kepada saya.

8. Teman, sahabatku yang selalu memberi support, inspirasi, semangat, dan dukungan yang kalian berikan.

Penulis mengerti bahwa penelitian skripsi ini belum sempurna. Oleh karena, itu saya sangat mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dan bahan untuk penelitian selanjutnya.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Kudus, 05 Mei 2021
Penulis,

Miya Rohsa
201711439

PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, *LEVERAGE* DAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA PERUSAHAAN *FOOD AND BEVERAGE* YANG TERDAFTAR DI BEI TAHUN 2016-2019

Miya Rohsa

2017-11-439

Pembimbing 1 : Dr. Supriyono, S.E., M.M.
2 : Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M.

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI
MANAJEMEN**

ABSTRAK

Perusahaan *food and beverage* adalah perusahaan yang bergerak dibidang industri makanan dan minuman. Di Indonesia sendiri perusahaan makanan dan minuman berkembang dengan pesat, hal ini dapat dilihat dari jumlah perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tahun ketahun semakin meningkat.

Penelitian ini mengambil populasi sebanyak 32 perusahaan *food and beverage*. Metode pemilihan sampel yang digunakan adalah purposive sampling dengan total sampel 15 perusahaan. Uji penelitian ini menggunakan uji regresi dan uji analisis jalur path.

Hasil kesimpulan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap profitabilitas, selain itu *Leverage* juga berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap profitabilitas. CSR berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap profitabilitas, ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. *Leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. profitabilitas mampu memediasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. profitabilitas tidak mampu memediasi pengaruh *Leverage* terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas tidak mampu memediasi CSR terhadap nilai perusahaan.

Kata kunci: *ukuran perusahaan, Leverage, CSR, profitabilitas, nilai perusahaan*

***THE INFLUENCE OF COMPANY SIZE, LEVERAGE AND CORPORATE
SOCIAL RESPONSIBILITY ON COMPANY VALUE WITH PROFITABILITY
AS A MEDIATION VARIABLES IN FOOD AND BEVERAGE COMPANIES
REGISTERED ON BEI 2016-2019***

Miya Rohsa

2017-11- 439

Guidance Lecturer 1 : Dr. Supriyono, S.E., M.M.
2 : Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M.

**MURIA KUDUS UNIVERSITY
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS MANAGEMENT STUDY
PROGRAMS**

ABSTRACT

A food and beverage company is a company engaged in the food and beverage industry. In Indonesia, food and beverage companies are growing rapidly, this can be seen from the increasing number of companies listed on the Indonesian stock exchange from year to year.

This study took a population of 32 food and beverage companies. The sampling method used is purposive sampling with total sample of 15 companies. This research test using regression test and path analysis test.

The conclusion is that company size has a positive and insignificant effect on profitability, besides that Leverage also has a positive and insignificant effect on profitability, csr has a negative and insignificant effect on profitability, company size has a negative and insignificant effect on firm value, Leverage has a significant and positive effect on firm value, csr has a positive and significant effect on firm value. Profitability has a positive and significant effect on firm value. Profitability is able to mediate the effect of firm size on firm value, profitability is not able to mediate the effect of Leverage on firm value and profitability is not able to mediate csr on firm value.

Keyword: company size, Leverage, csr, profitability, firm value

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGATAR	iv
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Ruang Lingkup.....	6
1.3 Perumusan Masalah.....	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Manfaat Penelitian.....	9
1.5.1 Manfaat Teoritis	9
1.5.2 Manfaat Praktis.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Nilai Perusahaan.....	10
2.2 Ukuran Perusahaan.....	11
2.3 <i>Leverage</i>	13
2.4 <i>Corporate Social Responsibility</i>	15
2.5 Profitabilitas	18
2.6 Tinjauan Penelitian Terdahulu	20
2.7 Pengaruh Antar Variabel.....	23
2.7.1 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas	23
2.7.2 Pengaruh <i>Leverage</i> Terhadap Profitabilitas	24
2.7.3 Pengaruh <i>Corporate Sosial Responsibility</i> Terhadap Profitabilitas	24
2.7.4 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan.....	25

2.7.5	Pengaruh <i>Leverage</i> Terhadap Nilai Perusahaan	25
2.7.6	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan.....	26
2.7.7	Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan	26
2.8	Kerangka Pemikiran Teoritis.....	27
2.9	Hipotesis.....	27
BAB III METODE PENELITIAN.....		29
3.1	Rancangan Penelitian	29
3.2	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	29
3.3	Jenis dan sumber data.....	31
3.4	Populasi dan Sampel	32
3.4.1	Populasi	32
3.4.2	Sampel	34
3.5	Pengumpulan Data	35
3.6	Pengolahan Data.....	36
3.7	Analisis Data	36
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		41
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	41
4.2	Hasil Analisis Diskriptif.....	42
4.3	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	44
4.3.1	Uji Multikolinearitas.....	44
4.3.2	Uji Autokolerasi	46
4.3.3	Uji Normalitas	48
4.3.4	Uji Heterosdastisitas	50
4.4	Hasil Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	52
4.5	Uji Sobel.....	57
4.5.1	Uji Sobel Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Mediasi	58
4.5.2	Uji Sobel <i>Leverage</i> Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Mediasi.....	59
4.5.3	Uji Sobel CSR Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Mediasi.....	60

4.6 Pembahasan.....	61
4.6.1 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas	61
4.6.2 Pengaruh <i>Leverage</i> Terhadap Profitabilitas	62
4.6.3 <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Profitabilitas	63
4.6.4 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan.....	64
4.6.5 Pengaruh <i>Leverage</i> Terhadap Nilai Perusahaan.....	64
4.6.6 <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan.....	65
4.6.7 Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan	66
4.6.8 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Profitabilitas.....	67
4.6.9 Pengaruh <i>Leverage</i> Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Profitabilitas	67
4.6.10 Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Profitabilitas	68
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	69
5.1 Kesimpulan.....	69
5.2 Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN	75

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Nilai Perusahaan <i>Food and Beverage</i> Tahun 2016-2019	2
Tabel 2.1 Kriteria Ukuran Perusahaan	13
Tabel 3.1 Daftar Populasi.....	33
Tabel 3.2 Penentuan Pengambilan Sampel Penelitian	34
Tabel 3.3 Sampel Penelitian.....	35
Tabel 4.1 Sampel.....	41
Tabel 4.2 Statistik Deskriptif Data Normal.....	42
Tabel 4.3 Statistic Deskriptif Data LN.....	43
Tabel 4.4 Hasil Uji Multikolinearitas Model I.....	44
Tabel 4.5 Hasil Uji Multikolonearitas Model II.....	45
Tabel 4.6 Hasil Uji Autokolerasi Model I.....	46
Tabel 4.7 Hasil Uji Autokolerasi Model II	47
Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas Model I.....	48
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas Model II	49
Tabel 4.10 Uji Heterosdastisitas Model I.....	50
Tabel 4.11 Uji Heterosdastisitas Model I WLS	50
Tabel 4.12 Uji Heterosdastisitas Model II	51
Tabel 4.13 Uji Heterosdastisitas Model II WLS	51
Tabel 4.14 Hasil R Square Model I.....	52
Tabel 4.16 Hasil R Square Model II	53
Tabel 4.17 Hasil Regresi Model II.....	54
Tabel 4.18 Hasil Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	57
Tabel 4.19 Hasil Regresi Model I	57
Tabel 4.20 Hasil Regresi Model II.....	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	27
Gambar 4.1 Hasil Diagram Jalur Struktural.....	55



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Peneliti Terdahulu

Lampiran 2 Ukuran Perusahaan

Lampiran 3 Leverage

Lampiran 4 Corporate Social Responsibility

Lampiran 5 Profitabilitas

Lampiran 6 Input SPSS

Lampiran 7 Nilai Perusahaan

Lampiran 8 output SPSS

