

Pengaruh CEO Narcism, Corporate Social Responsibility Syariah, Profitabilitas, dan Likuiditas, Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Real estate, property dan construction yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2017-2021)

Muhammad Ikhwansyah Alam^{1*)}, Surya Raharja²⁾

^{1,2} Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Diponegoro

*Email korespondensi: ikhwansyahalamharahap@gmail.com

Abstract

This study aims to examine the influence of CEO Narcism, CSR, ROA and Liquidity on company value. The problem in this study is shown by the value of stock price growth from the property, real estate and construction sectors showing a decline in 2018 to 2020. Based on the problem, the problem in this study is: How does the CEO of Narcism, Corporate social responsibility, profitability, and liquidity affect the company's value in Real estate, property and construction listed on the Indonesia Stock Exchange for the 2017-2021 period)? This research uses secondary data in the form of financial statements obtained through the Financial Services Authority website. This study used purposive sampling method. The population in this study is all property, real estate and construction companies whose shares have been listed on the IDX since 2017-2021. A total of 53 companies were selected as research samples during 2017-2021. The analysis method used in this study is multiple regression analysis. Based on the results of data analysis and discussion that has been put forward about the influence of CEO Narcism, CSR, ROA and Liquidity on company value, it can be concluded that ROA has proven to have a significant effect on company value, this indicates that the increase in company value is influenced by an increase in ROA, meaning ROA policy What the company does affects the value of the company. CEO Narcism, CSR and Liquidity have not proven to have a significant effect on company value.

Keywords: CEO Narcism, CSR, ROA, Liquidity and company value

Saran sitasi: Alam, M. I., & Raharja, S. (2023). Pengaruh CEO Narcism, Corporate Social Responsibility Syariah, Profitabilitas, dan Likuiditas, Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Real estate, property dan construction yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2017-2021). *Jurnal ilmiah ekonomi islam*, 9(03), 4735-4745. doi: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v9i3.11416>

DOI: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v9i3.11416>

1. PENDAHULUAN

Tiap organisasi dalam melaksanakan kegiatan usahanya tidak akan mengalami perkembangan secara sendiri. Seluruh badan usaha terbaru harus berkembang dalam beragam keadaan yang mencakupnya. Terdapat karyawan pemerintahan, masyarakat sekitar, pemasok, konsumen serta beberapa pihak lainnya yang mempunyai kepentingan tersendiri dan terkena dampak dari berjalannya operasional sebuah badan usaha (Harun et al., 2020).

Laporan keuangan memperlihatkan gambaran kondisi keuangan perusahaan. Pendirian sebuah badan usaha tentunya mempunyai maksud yang baik dan juga jelas secara jangka pendek ataupun panjangnya. Hal utama yang menjadi tujuan badan usaha ialah

untuk memperoleh laba, dan dilihat dari jangka panjangnya, tujuan dari sebuah badan usaha ialah memberi kesejahteraan bagi pemiliknya ataupun pihak yang memegang saham serta melakukan pemaksimalan terhadap nilai dari badan usaha tersebut yang mana hal ini bisa tergambarkan dari harga sahamnya. Sebuah badan usaha yang bergerak di bidang *real estate, property dan construction* serta pembangunan termasuk ke dalam subsektor industri yang tercantum dalam daftar BEI. Besarnya jumlah badan usaha yang bergerak di bidang *real estate, property dan construction* serta pembangunan di tanah air ini harapannya bisa memberi peluang yang besar pula terhadap pertumbuhan ekonomi bangsa.

Penelitian ini menggunakan Perusahaan Sektor Property, Real Estate dan Konstruksi Bangunan dengan alasan bahwasanya dua subsektor diantaranya yakni property dan real estate serta konstruksi dan pembangunan menunjukkan nilai yang turun dari pertumbuhan harga sahamnya, dan penurunan dari subsektor konstruksi dan pembangunan memperlihatkan nilai yang cukup besar. Didasarkan pada penganalisisan yang dilaksanakan terhadap laporan keuangan yang ada, maka diperoleh rerata nilai harga saham dari badan usaha yang bergerak di bidang property, real estate serta konstruksi bangunan yang terdapat dalam daftar BEI periode 2017-2021.

diperolehkan pemahaman bahwasanya nilai pertumbuhan harga saham dari subsektor property dan real estate menunjukkan adanya penurunan di tahun 2018 hingga 2020. Peristiwa bisnis yang berhubungan dengan kajian ini ialah ditemukannya peningkatan dari nilai rerata perusahaan pada industri konstruksi yang terdaftar di OJK periode Tahun 2017-2021, dimana rata-rata nilai perusahaan tahun 2018 besarnya mencapai 3,16%, Tahun 2019 besaran nilainya yakni 6,63% serta Tahun 2020 meningkat lagi menjadi 7,14%, namun peningkatan nilai perusahaan diikuti penurunan profitabilitas periode Tahun 2018-2019, dimana Tahun 2019 rata-rata profitabilitas sebesar 7,06%, dan Tahun 2020 menurun menjadi sebesar 5,77%.

Selaras dengan peningkatan loyalitas konsumen tersebut secara jangka panjang, maka hal ini akan menyebabkan baiknya hasil penjualan yang diperoleh badan usaha tersebut yang turut disertakan dengan meningkatkannya tingkat profitabilitas dari badan usaha tersebut. Apabila badan usahanya berjalan dengan lancar, maka nilai saham perusahaannya juga akan mengalami peningkatan. Dilihat dari aspek teoritisnya, sebuah badan usaha bisa terbilang mempunyai nilai yang baik apabila kinerja perusahaannya juga tergolong baik. Nilai sebuah badan usaha bisa tergambarkan dari harga sahamnya. Jika nilai sahamnya tergolong tinggi, maka bisa dibilang bahwasanya nilai perusahaan tersebut juga akan baik. Hal utama yang hendak dituju dari sebuah badan usaha ialah melakukan peningkatan terhadap nilai perusahaannya dengan meningkatkan kesejahteraan pemiliknya ataupun pihak yang memegang saham. Berdasarkan permasalahan, maka yang menjadi masalah pada kajian ini ialah: Bagaimana pengaruh CEO Narcism, *Corporate social responsibility*, profitabilitas, dan likuiditas terhadap

nilai perusahaan pada *Real estate, property dan construction* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2017-2021)?

Literature Review

Menurut Guthrie dan Ward (2006), legitimasi ialah sebuah permasalahan yang krusial bagi suatu kelembagaan, berbagai batasan yang ditekankan dalam berbagai nilai sosial serta normanya menjadi reaksi atas batasan tersebut dimana pada akhirnya memberikan dorongan terhadap pentingnya penganalisisan terhadap sikap yang diambil oleh sebuah badan usaha dalam memberikan perhatian pada lingkungannya. Teori legitimasi menjustifikasi dampak dari *variabel Corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan, yang mana agar bisa terus memperoleh legitimasi, maka seluruh badan usaha harus menjelaskan kegiatan lingkungannya dengan memberikan penjelasan perihal lingkungan sosialnya. Penjelasan tersebut dipandang akan memberikan kebermanfaatan dalam proses pemulihan, peningkatan serta pertahanan legitimasi yang sebelumnya telah diperoleh, yang mana pada akhirnya hal tersebut bisa menyebabkan meningkatnya kepercayaan pasar melalui peningkatan nilai perusahaan.

Teori *signalling* memberikan pernyataan bahwasanya sebuah badan usaha akan mempunyai kualitas yang baik dan secara sengaja memberi sinyal pada pasar dengan berbentuk informasi. Agar sinyalnya tersebut mempunyai keefektifan yang tinggi, maka pihak pasar harus bisa menangkapnya serta memberikan persepsi yang tepat, sehingga tidak gampang ditirukan oleh badan usaha yang mempunyai kualitas tidak baik (Husnan, 1998). Teori *signalling* ini memberikan dukungan terhadap dampak yang ditimbulkan oleh profitabilitas pada nilai perusahaan, dimana teori ini memberikan penjelasan bahwasanya tingginya profitabilitas yang diperoleh memperlihatkan baiknya prospek dari sebuah badan usaha, dan pada akhirnya akan diperoleh respon baik dari pihak investor serta nilai perusahaannya juga akan mengalami peningkatan, sehingga ditemukannya dampak yang positif dari profitabilitas terhadap nilai perusahaannya. Hal ini memberikan kemungkinan untuk terjadinya sentimen yang baik dari seluruh investornya, dan pada akhirnya akan menyebabkan meningkatnya harga saham serta nilai perusahaannya juga turut mengalami peningkatan.

Menurut (Wayan, 2017) pemimpin memainkan peran penting dalam mengambil keputusan strategi

serta alokasi sumber daya. Wayan (2017) mengemukakan bahwa teori upper echelon dapat digunakan untuk membantu menjelaskan bahwa pemimpin dipengaruhi oleh kemampuan pengetahuan, keyakinan, dan karakteristik individu masing-masing. Sementara (Cheng et.al, 2010) mengemukakan bahwa teori upper echelon menyediakan pentingnya mempelajari karakteristik Komisaris dan Direksi, karena kinerja perusahaan merupakan refleksi dari manajemen puncak. Teori tersebut mendorong para peneliti untuk menguji pengaruh dari karakteristik seorang CEO terhadap perilaku perusahaan ataupun hasil dari perilaku perusahaan tersebut. Misalnya, Cheng et al. (2010) menemukan bahwa sikap percaya diri dari seorang CEO berbanding lurus dengan inovasi perusahaannya.

Baert dan Vennet (2009) memberikan penjelasan bahwasanya enterprise value (EV) ataupun kerap diketahui sebagai firm value (nilai perusahaan) termasuk ke dalam sebuah konsep yang krusial bagi pihak investor., sebab hal ini termasuk ke dalam indikator untuk pihak pasar dalam memberikan penilaian terhadap sebuah badan usaha secara menyeluruh.

Hermuningsih (2010) memberikan kesimpulan bahwasanya PBV bisa dipergunakan untuk jadi sarana pengukuran dalam menetapkan nilai sebuah badan usaha. Nilai sebuah badan usaha bisa diukur dengan mempergunakan PBV (Hermuningsih, 2010).

Harga Saham per lembar saham

Nilai Buku per lembar saham

Menurut Razak et al., (2020), narsisme ialah rasa kecintaan yang berlebih terhadap diri sendiri, dimana rasa tersebut datangnya bersamaan dengan sikap narsisme sehingga menjadikan seorang individu lebih mengutamakan dirinya sendiri. *Narcissism* ataupun tahap mencintai diri sendiri merupakan sikap yang kagum terhadap dirinya sendiri. Individu yang mempunyai sikap narsistik ini akan cenderung mempunyai perasaan bangga ataupun yakin secara berlebih terhadap pribadinya serta akan berharap orang lain memberikan pujian atau penghargaan kepada dirinya. Walaupun sebenarnya kualitas yang dimiliki biasa saja, (Zainol, 2020).

Campuran diantara kekuatan yang CEO punyai dengan narsisme CEO tentunya mempunyai konsekuensi yang krusial terutama bagi pihak yang mempunyai kepentingan dalam badan usaha tersebut. Selaras dengan pendapat yang diterangkan Zainol,

(2020), akuntansi keuangan dari suatu badan usaha tentunya mempunyai karakteristik khusus yang bisa memberikan fasilitas pada CEO yang mempunyai sikap narsisme.

Corporate social responsibility (CSR) ataupun pertanggungjawaban sosial termasuk ke dalam sebuah sikap yang diperlihatkan atas komitmen yang dimiliki terhadap seluruh pihak yang mempunyai kepentingan pada sebuah badan usaha ataupun stakeholders dalam memberikan pertanggungjawaban atas pengaruh dari kegiatan operasional badan usaha tersebut dalam berbagai aspek mulai dari sosial, perekonomian serta lingkungannya, dan juga melakukan penjagaan agar dampaknya itu tidak akan memberi kebermanfaatan bagi masyarakat serta lingkungannya (Ernfjord dan Voigt, 2018). Pertanggungjawaban sosial bisa dibidang menjadi sebuah strategi yang dimiliki oleh badan usaha untuk menciptakan citra yang baik di kalangan masyarakat dan akan berdampak baik pula bagi badan usaha terkait (Ernfjord dan Voigt, 2018).

Profitability ialah sebuah rasio rentabilitas yang krusial untuk dipergunakan dalam memperoleh prediksi terhadap harga ataupun pengembalian nilai saham dari sebuah badan usaha publik. Profitability ini termasuk ke dalam kesanggupan dari sebuah badan usaha dalam memperoleh laba melalui penggunaan aset yang ia miliki. Rentabilitas termasuk ke dalam rasio keuangan yang dipergunakan dalam proses penganalisisan fundamental. Berbagai rasio keuangan yang dipergunakan dalam proses penganalisisan yang sifatnya fundamental bisa diklasifikasikan jadi 5 macam yakni : rasio aktivitas, likuiditas, solvabilitas, rentabilitas, serta rasio pasar (Brigham, 2005).

Rasio likuiditas, memberikan gambaran terhadap kesanggupan sebuah badan usaha dalam melakukan penyelesaian terhadap segala hal yang diperlukan dalam jangka pendeknya. Brigham, (2005) memberikan pernyataan bahwasanya likuiditas ini memberikan gambaran terhadap kesanggupan sebuah badan usaha terkait dengan penyelesaian kewajiban jangka pendek yang dimiliki oleh badan usaha tersebut. Rasio ini bisa diperhitungkan dengan mempergunakan berbagai sumber informasi yang berkaitan dengan permodalan kerja yakni seluruh pos aktiva lancar serta aktiva likuidnya. Salah satu rasio yang kerap dipergunakan dalam proses perhitungan tingkatan likuiditas ialah rasio lancar (*current ratio*).

Pengaruh CEO Narcism terhadap Nilai Perusahaan

CEO yang bersifat narsisme akan memperlihatkan kualitas kerja yang baik melalui peningkatan ataupun penurunan laba sebuah badan usaha guna melakukan pemaksimalan terhadap keuntungan yang diperoleh badan usaha tersebut. Tolak ukur sebuah badan usaha bisa diperlihatkan dari kinerja perusahaannya. Ukuran dari sebuah badan usaha termasuk ke dalam permasalahan yang krusial dalam proses laporan keuangannya. Dimana pada akhirnya apabila kinerja perusahaannya tergolong baik, maka seluruh eksekutif puncaknya akan memberikan perlindungan terhadap kepentingan yang dimiliki oleh pihak pemegang saham, dan pada akhirnya kinerja yang dilaksanakan oleh seorang eksekutif puncak bisa menyebabkan meningkatnya nilai dari badan usaha tersebut. Menurut Meiliya dan Rahmawati, (2022) menyatakan bahwa seseorang yang memiliki perilaku narsisme yang tinggi memiliki semangat dalam berusaha dan memberikan pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Zainol, (2020) menunjukkan bahwa CEO Narcism berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Didasarkan pada penguraian yang telah disebutkan sebelumnya, maka rumusan hipotesisnya ialah:

H1: CEO Narcism berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

Pengaruh Corporate social responsibility terhadap Nilai Perusahaan

Didasarkan pada berbagai teori dari pihak yang berkepentingan serta teori legitimasi, sebuah badan usaha mempunyai ikatan kontrak sosial yang bersifat implisit dengan pihak yang berkepentingan. Maka dari itulah, hal ini termasuk ke dalam bentuk pertanggungjawabannya dalam menjalankan usaha yang ada dengan didasari oleh rasa percaya serta etika dalam menjalankan pertanggungjawaban sosialnya. Selain itu, hal ini juga ditujukan untuk memperoleh pengakuan dari masyarakat, dimana hal tersebut mengharuskan sebuah badan usaha untuk mempunyai kecenderungan melaksanakan pengaturan terhadap laba oportunistiknya, sehingga akan memberi informasi bagi para investor berkenaan dengan bidang keuangan secara lebih transparan dan bisa diandalkan. Dari hal tersebut, bisa diraihkan kesimpulan bahwasanya tingginya penjelasan perihal CSR maka akan menyebabkan tingginya pengaruh yang ditimbulkan terhadap nilai perusahaannya.

Karina dan Setiadi (2020) memperlihatkan *corporate social responsibility* memberi pengaruh yang bernilai positif pada nilai perusahaannya.

Didasarkan pada penguraian yang telah disebutkan sebelumnya, maka rumusan hipotesisnya ialah:

H2: *corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas memperlihatkan kesanggupan dari sebuah badan usaha dalam memperoleh laba melalui pemanfaatan aset yang dimilikinya secara menyeluruh. Sinyal positif yang diberikan oleh sebuah badan usaha melalui tingginya tingkatan profitabilitas yang diperoleh akan memberi nilai bagi perusahaannya, yang mana badan usaha yang tergolong *profitable* secara sengaja akan memberi sinyal terhadap pasar yang berbentuk informasi sehingga sinyalnya tergolong efektif, maka harus bisa ditangkap pasar dan diberikan persepsi yang tepat, yang mana pada akhirnya tidak gampang ditirukan oleh badan usaha yang mempunyai kualitas tidak baik (Wardhani et al., 2021).

Badan usaha yang memiliki kemampuan besar dalam proses perolehan labanya dengan mempergunakan aset yang ia miliki akan memiliki kas yang banyak di waktu yang akan datang. Hal ini menyebabkan badan usaha tersebut bisa meletakkan pendanaannya pada berbagai pos investasi yang akan memberikan keuntungan di waktu mendatang. Hasil kajian tersebut didukung secara empiris oleh Sabrin *et al* (2016) yang memperlihatkan ditemukannya pengaruh yang bernilai positif pada nilai perusahaannya.

Didasarkan pada penguraian yang telah disebutkan sebelumnya, maka rumusan hipotesisnya ialah:

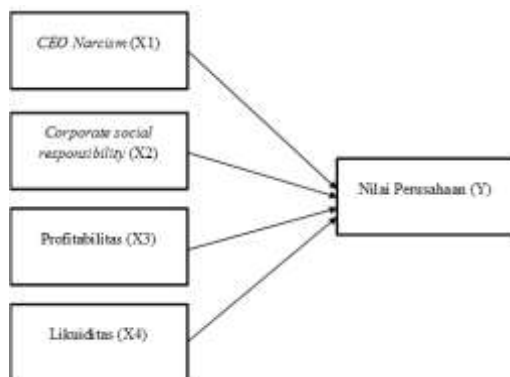
H3: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

Pengaruh Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan

Rasio likuiditas yang diperhitungkan dengan mempergunakan *current ratio* ialah, kecukupan arus kas dalam proses penyelesaian utang jangka pendeknya. Tingginya likuiditas dari sebuah badan usaha akan menyebabkan baiknya tingkat kepercayaan dari pihak yang memberikan modal dan pada akhirnya akan menyediakan peluang bagi badan usaha tersebut agar bisa berkembang sehingga harga saham badan usahanya bisa mengalami peningkatan. Pasar akan menangkap hal tersebut sebagai suatu

hal yang baik bagi badan usahanya. Didasarkan pada *signalling theory*, badan usaha yang memberi sinyal baik bagi pasar, akan diterima secara baik pula oleh pihak investornya, dimana selanjutnya ia akan mempunyai ketertarikan untuk melakukan pembelian terhadap badan usaha tersebut. Begitu pula kebalikannya. Apabila sebuah badan usaha mempunyai likuiditas yang tidak baik, maka sinyal yang dikirimkan pada pasar juga tidak baik dan pada akhirnya hal tersebut akan menyebabkan terjadinya penurunan harga saham serta nilai perusahaannya juga turut mengalami penurunan. Choirul et al., (2021) memperkuat pernyataan diatas dengan hasil penelitiannya yang memperlihatkan bahwasanya likuiditas memberi dampak yang bernilai positif pada nilai perusahaannya. Didasarkan pada penguraian yang telah disebutkan sebelumnya, maka rumusan hipotesisnya ialah:

H4: Likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan



Gambar 1
Kerangka Pemikiran

2. METODE PENELITIAN

Dalam kajian ini dilakukan berdasarkan data yang didapat dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Bloomberg serta Bursa Efek Indonesia. Dan berkenaan dengan jenis data yang dipergunakan di dalam kajian ini merupakan kuantitatif. Data yang dipergunakan dalam kajian ini ialah data sekunder. Hasil data tersebut kemudian diolah guna mengetahui seberapa besar pengaruh CEO Narcism, Corporate social responsibility, profitabilitas dan likuiditas terhadap nilai perusahaan. Populasi dalam kajian ini ialah *real estate, property dan construction* yang terdaftar di di Bursa Efek Indonesia periode Tahun 2017-2021 sejumlah 88 perusahaan. Teknik sampling dalam kajian ini mempergunakan *purposive sampling*, dimana pengambilan sampel berdasarkan kriteria. Kriterianya ialah sebagai berikut:

- Perusahaan *real estate, property dan construction* yang mempublikasikan laporan keuangannya di OJK.
- Perusahaan *real estate, property dan construction* yang melaporkan informasi yang dibutuhkan selama kajian ini yaitu melaporkan data CEO Narcism, Corporate social responsibility, profitabilitas, likuiditas dan nilai perusahaan secara lengkap periode Tahun 2017-2021.

Berdasarkan *purposive sampling*, diperoleh sampel sejumlah 53 perusahaan.

Kajian ini mempergunakan data sekunder yang merupakan data laporan tahunan perusahaan yang berasal dari situs Bloomberg. Dan berkenaan dengan prosedur pengumpulan data dalam riset ini ialah dengan mengunduh *annual report* perusahaan yang dijadikan sampel untuk jangka waktu tahun 2017-2021 pada situs web resmi OJK dan situs resmi Bloomberg. Selain melalui media online, apabila data yang dibutuhkan kurang memadai maka pengumpulan data akan dilakukan dengan mengajukan permintaan data ke perpustakaan pasar modal indonesia yang berlokasi di Semarang.

Analisis regresi yang dipergunakan dalam kajian ini ialah regresi *Ordinary Least Square (OLS)*. Inti dari metode OLS ialah mengestimasi suatu garis regresi dengan meminimalisir tingkat *error* dari setiap observasi. Pengujian hipotesis ialah uji statistik penelitian untuk mendapatkan hasil penerimaan atau penolakan hipotesis yang telah dibentuk. Pengujian hipotesis dibagi menjadi tiga tahap. Persamaan regresi dalam kajian ini ialah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

Keterangan:

Y	= Nilai Perusahaan
α	= Konstanta
β	= Koefisien
X_1	= CEO Narcism
X_2	= Corporate social responsibility
X_3	= Profitabilitas
X_4	= Likuiditas
e	= error

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan *real estate, property dan construction* yang terdaftar di di Bursa Efek Indonesia periode Tahun 2017-2021 sejumlah 88 perusahaan. Sampel

diambil dari perusahaan *real estate, property dan construction* yang mempublikasikan laporan keuangannya di OJK dan perusahaan *real estate, property dan construction* yang melaporkan informasi yang dibutuhkan selama kajian ini yaitu melaporkan data *CEO Narcism, Corporate social responsibility, profitabilitas, likuiditas* dan nilai perusahaan secara lengkap periode Tahun 2017-2021, sehingga penelitian ini menggunakan 53 sampel dengan 265 amatan (53 x 5).

Analisis Data Statistik Deskriptif

Berdasarkan data mentah yang diinput dari laporan keuangan perusahaan *real estate, property dan construction* yang listed di BEI periode Tahun 2017-2021 maka dapat dihitung rasio-rasio keuangan yang digunakan dalam penelitian ini yang meliputi *CEO Narcisme, CSR, ROA, Likuiditas, dan Nilai Perusahaan*. Selanjutnya nilai minimum, maksimum, rata-rata (*mean*) dan standar deviasi dari masing-masing variabel penelitian dapat dilihat pada Tabel berikut ini:

Tabel 1
Perhitungan Nilai Minimum, Maksimun, Mean, Standar Deviasi
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CEONRS	265	1,00	5,00	3,8038	1,26401
CSR	265	,05	,78	,3929	,21484
ROA	265	-,25	,29	,0401	,07802
LKDT	265	,62	6,10	1,1064	,37556
NP	265	-,02	3,10	,9400	,50654
Valid N (listwise)	265				

Sumber: Data Sekunder yang Diolah

Tabel diatas menjelaskan statistik deskriptif dari masing-masing variabel, dimana N merupakan jumlah data amatan, minimum merupakan nilai terendah atas variabel yang dihasilkan perusahaan sampel, maximum merupakan nilai tertinggi atas variabel yang dihasilkan perusahaan sampel, mean merupakan nilai rata-rata atas variabel yang dihasilkan perusahaan sampel, dan standard deviation merupakan nilai penyimpangan data. Kinerja keuangan yang di ukur dengan *return on aset (ROA)* menunjukkan seberapa besar laba yang akan diperoleh untuk setiap total aktivitya, sehingga semakin besar *return on asset (ROA)* menunjukkan kemampuan perusahaan mendapatkan laba. Berdasarkan hasil perhitungan pada Tabel 4.1 bahwa rata-rata *return on Asset (ROA)* sebesar 0,0401 dengan standar deviasi (SD) sebesar 0,07802; hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai SD lebih besar daripada rata-rata ROA yang menunjukkan bahwa data variabel ROA mengindikasikan hasil yang kurang baik. Hal tersebut dikarenakan nilai standar deviasi yang mencerminkan penyimpangan dari data variabel tersebut relatif besar karena lebih besar dari nilai rata-ratanya, sementara CEO Narcism, CSR, Likuiditas dan Nilai Perusahaan mempunyai nilai rata-rata yang lebih besar dari nilai standar deviasinya, yang menunjukkan bahwa data variabel CEO

Narcism, CSR, Likuiditas dan Nilai Perusahaan mengindikasikan hasil yang baik. dengan penyimpangan dari data variabel tersebut relatif kecil karena lebih kecil dari nilai rata-ratanya

Uji Asumsi Klasik

Sebelum dilakukan pengujian hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, sampel hasil perhitungan rata-rata rasio keuangan selama 5 tahun tersebut perlu dilakukan pengujian asumsi klasik terlebih dahulu yang meliputi: normalitas, autokorelasi, heteroskedastisitas dan multikolinearitas yang dilakukan sebagai berikut:

Uji Normalitas

Uji normalitas ini dilakukan karena data yang diuji dengan statistik parametrik harus berdistribusi normal. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji normalitas *Kolmogorov Smirnov*. Data yang normal ditunjukkan dengan nilai uji *Kolmogorov Smirnov* yang memiliki signifikan diatas 0,05. Hasi uji *Kolmogorov Smirnov* dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 2
Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N	Mean	265
	Std. Deviation	,0000000
Most Extreme Differences	Absolute	,45416748
	Positive	,196
	Negative	,196
Test Statistic		-,054
Asymp. Sig. (2-tailed)		,196
		,053 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Data Sekunder yang diolah

Berdasarkan Tabel diatas menunjukkan data *residual statistic* menunjukkan penyebaran data yang normal, dimana nilai signifikansinya diatas 0,05, yaitu sebesar 0,053, hal ini berarti data yang ada terdistribusi normal.

Uji Autokorelasi

Penyimpangan autokorelasi dalam penelitian diuji dengan uji Durbin-Watson (DW-test). Hal tersebut untuk menguji apakah model linier mempunyai korelasi antara *disturbance error* pada periode t dengan kesalahan pada periode t-1 (sebelumnya). Hasil regresi dengan *level of significance* 0.05 ($\alpha = 0.05$) dengan sejumlah variabel independen ($k = 4$) dan banyaknya data ($n = 53$). Adapun hasil dari uji autokorelasi dapat dilihat pada Tabel berikut:

Tabel 3 Uji Autokorelasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,443 ^a	,196	,184	,45765	1,954

Tabel 4

Hasil Uji Heteroskedastisitas
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
		B	Std. Error	Beta	t	
1	(Constant)	,460	,082		5,586	,000
	CEONRS	-,024	,015	-,100	-1,580	,115
	CSR	-,175	,091	-,123	-1,934	,054
	ROA	,582	,298	,148	1,953	,051
	LKDT	,010	,050	,012	,201	,841

a. Dependent Variable: AbsRes

Sumber: Data Sekunder yang Diolah

a. Predictors: (Constant), LKDT, CSR, ROA, CEONRS

b. Dependent Variable: NP

Sumber: Data Sekunder yang diolah

Berdasarkan hasil hitung Durbin Watson sebesar 1,954; sedangkan dalam Tabel DW untuk “k”=4 dan N=53 besarnya DW-Tabel: *dl* (batas luar) = 1,408; *du* (batas dalam) = 1,767. Oleh karena DW 1,954 diantara *du* dan *4-du*, menunjukkan bahwa Durbin Watson berada di daerah *no autocorrelation*. Artinya tidak terdapat kesalahan data pada periode lalu yang mempengaruhi data periode sekarang (2017-2021).

Uji Heterokedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan Scatterplot dan Uji Glejser. Pola Scatterplot yang tidak membentuk garis atau bergelombang menunjukkan tidak adanya masalah heteroskedastisitas. Hasil pengujian heteroskedastisitas dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Berdasarkan Tabel Menunjukkan semua variabel memiliki nilai signifikansi di atas 0,05 artinya semua variabel tidak mempengaruhi nilai residual sehingga terbebas dari permasalahan heteroskedastisitas.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dapat dilakukan dengan melihat nilai VIF (*variance inflation factor*) dan *Tolerance* dari output regresi. Nilai VIF (*variance inflation factor*) yang lebih dari 10 atau *Tolerance* yang lebih kecil dari 0,1 menunjukkan adanya gejala multikolinearitas dalam model regresi. Nilai VIF (*variance inflation factor*) dan *Tolerance* dari masing-masing variable independen dapat dilihat pada Tabel sebagai berikut:

Tabel 5
Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 CEONRS	,922	1,085
CSR	,919	1,088
ROA	,932	1,073
LKDT	,978	1,022

a. Dependent Variable: NP

Sumber: Data Sekunder yang diolah

Berdasarkan hasil pada Tabel 4.6 dapat dijelaskan bahwa nilai VIF (*variance inflation factor*) dibawah 10 dan nilai *tolerance* di atas 0,1. Jadi dapat disimpulkan bahwa model regresi terbebas dari masalah multikolinearitas.

Analisis Regresi Berganda

Analisis pengaruh rasio keuangan (CEO Narcism, CSR, ROA dan Likuiditas) terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan *real estate, property dan construction* di BEI periode Tahun 2017-2021 dapat dilihat dari hasil analisis regresi berganda. Pengujian koefisien regresi bertujuan untuk menguji signifikansi hubungan antara variable-variabel independen dengan variabel dependen baik secara bersama-sama (dengan uji F) maupun secara individual (dengan uji t) serta dengan uji koefisien determinasi. Dalam penelitian ini uji hipotesis yang digunakan meliputi; uji koefisien determinasi (R^2), pengaruh simultan (F-test) dan uji parsial (t-test).

Hasil pengujian masing-masing variabel independen terhadap variabel dependennya dapat dianalisis sebagai berikut:

a. Variabel CEO Narcisme

Dari hasil perhitungan uji-t diperoleh nilai t hitung sebesar (0,707) dengan nilai signifikansi sebesar 0,480. Karena nilai t hitung (0,707) lebih kecil dari t-tabel (1,96) dan nilai signifikansi lebih besar dari 5% yaitu sebesar 48% maka hipotesis 1 ditolak berarti tidak ada pengaruh signifikan antara variabel CEO Narcisme dengan variabel Nilai Perusahaan. Hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian Meiliya dan Rahmawati, (2022).

b. Variabel CSR

Dari hasil perhitungan uji-t diperoleh nilai t hitung sebesar (0,573) dengan nilai signifikansi sebesar 0,567. Karena nilai t hitung (0,573) lebih kecil dari t-tabel (1,96) dan nilai signifikansi lebih besar dari 5% yaitu sebesar 56,7% maka hipotesis 2 ditolak berarti tidak ada pengaruh signifikan antara variabel CSR dengan variabel Nilai Perusahaan. Hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian Nabighah (2020).

c. Variabel ROA

Dari hasil perhitungan uji-t diperoleh nilai t hitung sebesar (7,465) dengan nilai signifikansi sebesar 0,0001. Karena nilai t hitung (7,465) lebih besar dari t-tabel (1,96) dan nilai signifikansi lebih kecil dari 5% yaitu sebesar 0,01% menunjukkan adanya pengaruh signifikan, maka hipotesis 3 diterima, sehingga ROA berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sabrin, (2016).

d. Variabel Likuiditas

Dari hasil perhitungan uji-t diperoleh nilai t hitung sebesar (-1,281) dengan nilai signifikansi sebesar 0,202. Karena nilai t hitung (-1,281) lebih kecil dari t-tabel (1,96) dan nilai signifikansi lebih besar dari 5% yaitu sebesar 20,2% maka hipotesis 4 ditolak berarti tidak ada pengaruh signifikan antara variabel likuiditas dengan variabel nilai perusahaan. Hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian Choirul et al., (2021).

3.2. Pembahasan

Pembahasan Hipotesis 1

Berdasarkan hasil penelitian didapatkan bahwa perilaku pemimpin perusahaan tidak ada pengaruh pada nilai perusahaan karena sikap seorang CEO yang narsisme tidak dapat mempengaruhi nilai keuangan perusahaan melainkan hanya bisa mendorong

motivasi karyawan yang berurusan terhadap CEO yang narsisme tersebut, dan yang perlu diketahui bahwa sikap CEO yang narsis tidak ada pengaruh di dalam nilai perusahaan dalam hal pendanaan dan investasi karena para investor dan kreditor tidak melihat CEO nya agar bisa berinvestasi atau menyuntikan dana ke perusahaan tersebut melainkan para investor dan kreditor hanya perlu melihat laporan keuangan perusahaan tersebut. Laba yang diperoleh yang akan menjadi cerminan nilai perusahaan dengan melihat tingkat profitabilitas perusahaan.

Berdasarkan hasil perhitungan statistik deskriptif, bahwa rata-rata *CEO Narcism* sebesar 3,8038 dengan standar deviasi (SD) sebesar 1,26401; hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai SD lebih besar daripada rata-rata CEO Narcism, namun menunjukkan rentang nilai yang kecil sehingga menyebabkan CEO Narcism tidak menunjukkan pengaruhnya terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini mendukung Maduwu dan Simbolon, (2023), yang menyatakan bahwa CEO Narcism tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, pada penelitian ini, CEO Narcism tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pembahasan Hipotesis 2

Berdasarkan hasil penelitian, CSR tidak mempengaruhi nilai perusahaan. Investor juga diharapkan lebih menyadari pentingnya isu CSR di masa depan, sehingga perusahaan mau melakukan aktivitas CSR secara nyata dengan cara memaksimalkan dampak positif dan meminimalkan dampak negatif dari suatu kegiatan bisnis tertentu. Dalam jangka panjang, perusahaan dapat menikmati kinerja pasar yang baik dan pada gilirannya akan dinikmati oleh masyarakat secara umum.

Berdasarkan hasil perhitungan statistik deskriptif, bahwa rata-rata CSR sebesar 0,3929 dengan standar deviasi (SD) sebesar 0,21484; hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai SD lebih besar daripada rata-rata CSR, namun menunjukkan rentang nilai yang kecil sehingga menyebabkan CSR tidak menunjukkan pengaruhnya terhadap nilai perusahaan. Nilai minimum CSR sebesar 0,05 dan nilai maksimum CSR 0,78, rentang yang jauh antara nilai minimum dan maksimum menyebabkan nilai rata-rata rendah yang menyebabkan tidak signifikan. Hal tersebut menunjukkan bahwa kenaikan atau penurunan pada nilai perusahaan tidak dipengaruhi oleh nilai CSR.

Shareholder tidak terlalu memperhatikan kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan.

Penyebab lain adalah di Indonesia kegiatan CSR masih baru, hal ini dibuktikan dengan Undang-Undang mengenai CSR yang baru dikeluarkan oleh pemerintah tahun 2007, yaitu Undang-Undang No 40 Tahun 2007 Pasal 74 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas sehingga pelaporan CSR belum dihargai oleh investor. Hasil penelitian ini mendukung Stacia dan Juniarti, (2015), yang menyatakan bahwa CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, pada penelitian ini, CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pembahasan Hipotesis 3

ROA berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan, profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari aktivitas yang dilakukan pada periode akuntansi. Profitabilitas perusahaan menunjukkan indikator efektivitas pengelolaan manajemen perusahaan dan memperlihatkan kapabilitas perusahaan dalam menghasilkan net profit dari keseluruhan asset perusahaan yang tercemin dalam nilai ROA (Return on Assets).

Hasil penelitian ini mendukung teori signalling, dimana tingginya profitabilitas yang diperolehkan memperlihatkan baiknya prospek dari sebuah badan usaha, dan pada akhirnya akan diperolehkan respon baik dari pihak investor serta nilai perusahaannya juga akan mengalami peningkatan, sehingga ditemukannya dampak yang positif dari profitabilitas terhadap nilai perusahaannya. ROA yang tinggi mampu meningkatkan nilai perusahaan, hal ini disebabkan tingginya jumlah margin yang dihasilkan perusahaan mempengaruhi nilai perusahaan dan membuat investor tertarik untuk menginvestasikan dananya di perusahaan tersebut. Hasil penelitian ini mendukung Sabrin *et al* (2016) yang menyatakan bahwa ROA berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, pada penelitian ini, ROA berpengaruh positif signifikan terhadap nilai keuangan.

Pembahasan Hipotesis 4

Rasio likuiditas adalah ketidaksanggupan emiten melunasi liabilitas jangka pendek yang telah jatuh tempo. Adapun penyebab ketidaksanggupan perusahaan antara lain : tidak memiliki dana; menunggu waktu pencairan asset dan SSB. Rasio likuiditas diukur menggunakan Current Ratio hal ini

berguna mengetahui kesanggupan perusahaan dalam melunasi liabilitas jangka pendek. Likuiditas tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini disebabkan likuiditas tidak menjadi penentu dari nilai perusahaan. Hasil penelitian ini mendukung Choirul *et al.*, (2021), yang menyatakan bahwa likuiditas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai keuangan, pada penelitian ini, likuiditas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai keuangan.

Berdasarkan hasil perhitungan statistik deskriptif, bahwa rata-rata likuiditas sebesar 1,1064 dengan standar deviasi (SD) sebesar 0,37556; hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai SD lebih besar daripada rata-rata likuiditas, namun menunjukkan rentang nilai yang kecil sehingga menyebabkan likuiditas tidak menunjukkan pengaruhnya terhadap nilai perusahaan. Nilai minimum likuiditas sebesar 0,62 dan nilai maksimum CSR 6,10, rentang yang jauh antara nilai minimum dan maksimum menyebabkan nilai rata-rata rendah yang menyebabkan tidak signifikan. Hal tersebut menunjukkan bahwa kenaikan atau penurunan pada nilai perusahaan tidak dipengaruhi oleh nilai likuiditas. Shareholder tidak terlalu memperhatikan besarnya likuiditas perusahaan.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab IV, dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

- a. Berdasar hasil pengujian hipotesis 1 menunjukkan bahwa secara partial variabel Ceo Narcisme tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel nilai perusahaan sehingga hipotesis 1 ditolak. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa peningkatan nilai perusahaan tidak dipengaruhi peningkatan CEO Narcisme artinya kebijakan CEO Narcisme yang dilakukan perusahaan tidak mempengaruhi nilai perusahaan.
- b. Berdasar hasil pengujian hipotesis 2 menunjukkan bahwa secara partial variabel CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel nilai perusahaan sehingga hipotesis 2 ditolak. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa peningkatan nilai perusahaan tidak dipengaruhi peningkatan CSR artinya kebijakan CSR yang dilakukan perusahaan tidak mempengaruhi nilai perusahaan.
- c. Berdasar hasil pengujian hipotesis 3 menunjukkan bahwa secara partial variabel ROA berpengaruh

signifikan terhadap variabel nilai perusahaan, dengan hipotesis 3 yang diajukan diterima. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin besar ROA dapat meningkatkan nilai perusahaan, dimana ROA yang besar membuat nilai perusahaan juga meningkat.

- d. Berdasar hasil pengujian hipotesis 4 menunjukkan bahwa secara partial variabel likuiditas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel nilai perusahaan sehingga hipotesis 4 ditolak. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa peningkatan nilai perusahaan tidak dipengaruhi peningkatan likuiditas artinya besarnya likuiditas tidak mempengaruhi nilai perusahaan.

5. REFERENSI

- Ambarwati, J., & Vitaningrum, M. R. (2021). Pengaruh Likuiditas Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan; *Competitive Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 5(2), 2021
- Brigham, E. F. (2005). *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*, Jakarta : Salemba Empat.
- Baert, L., & Vennet, R. V. (2009). Bank ownership, firm value, and firm capital structure in Europe. *JIEL Classification*, Vol 2, hal 1-34
- Burlea, S. A., Popa I. (2013). Legitimacy Theory, in *Encyclopedia of Corporate Social Responsibility*, Editors Samuel O. Idowu, Nicholas Capaldi, Liangrong Zu, Ananda das Gupta, SpringerVerlag Berlin Heidelberg, pp.1579-1584
- Choirul Iman; Fitri Nurfatma Sari; & Nanik Pujiati. (2021). Pengaruh Likuiditas dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan; *Perspektif : Jurnal Ekonomi & Manajemen Universitas Bina Sarana Informatika*; Volume 19 No. 2 September 2021
- Ernfjord, K., Voigt, M. (2018). *Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure and Earnings Management*
- Febriani, R. (2020). Pengaruh likuiditas dan leverage terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel intervening, *Jurnal Pendidikan, Akuntansi dan Keuangan E-ISSN 2622-7037 | P-ISSN 2623-0763 Universitas Banten Jaya*
- Ghozali, I. (2013). *Analisis Statistika dengan SPSS*, Penerbit Undip
- Gujarati, D. N. (2008). *Ekonometrika Dasar*. Jakarta : Penerbit Erlangga
- Guthrie, J., & Leanne W. (2006). Legitimacy Theory: A story of reporting social and environmental matters within the Australian food and beverage industry, *Economics and Business Building (H69) The University of Sydney* 2006
- Ghozali, I., & Chariri, A. (2007). *Ekonometrika Teori, Konsep, dan Aplikasi dengan SPSS 17*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Ghozali, I., & Ratmono, D. (2013). Analisis Multivariat dan Ekonometrika dengan Eviews 10. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- Hermuningsih, S. (2010). Pengaruh Profitabilitas, *Growth Opportunity*, Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Publik di Indonesia, *Buletin Ekonomi Moneter dan Perbankan*, Oktober 2013
- Husnan, S. (1998). *Manajemen Keuangan Edisi Keempat*. Yogyakarta : BPFE.
- Ilahi, R. K. (2021). Pengaruh pengungkapan *Corporate social responsibility* (CSR) terhadap earning response coefficient (ERC) dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderating (Studi Pada Perusahaan yang Terdaftar di JII). Universitas Islam Negeri Raden Intang Lampung
- Ismail; N. & Muqorobin, A. (2017). Implementation of Corporate Social Responsibility (CSR) On Islamic Banking: Maqas id Syariah's Approach; University of Darussalam (UNIDA) Gontor
- Karina, Desita Riyanta Mitra Karina; Iwan Setiadi, (2020), Pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan dengan GCG sebagai pemoderasi, JRAMB, Prodi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, UMB Yogyakarta Volume 6 No. 1., Mei 2020
- Meiliya, Elsa; dan Mia Ika Rahmawati, (2022), Pengaruh Narsisme CEO terhadap nilai perusahaan dengan manajemen laba sebagai variabel mediasi; Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi
- Maduwu, Berkat, Richard F. Simbolon, (2023), Pengaruh Perilaku CEO Narsisme dan Ukuran Perusahaan terhadap kinerja keuangan pada perusahaan sub sektor otomotif, Jurnal Jebaku, Vol. 3 No. 1 (April 2023) – E-ISSN : 2827-8372 P-ISSN : 2827-8364
- Nabighah, Devina Stella; 2020; The influence corporate social responsibility (CSR), profitability and firm size on firm value (A study on Jakarta Islamic Index in the period of 2014-2018); Universitas Brawijaya
- Ramly, Linda Arisanty Razak; Ismail Badollahi (2021); The Role of CEO Narcissism in Creating Firm Value (Study on BUMN Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange 2015-2019); International Journal of Innovative Science and Research Technology ISSN No:-2456-2165
- Sabrin, Buyung Sarita, Dedy Takdir, Sujono; (2016), The Effect of Profitability on Firm Value in Manufacturing Company at Indonesia Stock Exchange; The International Journal Of Engineering And Science (IJES)
- Stacia, Evelyn dan Juniarti, (2015), Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan di Sektor Pertambangan, Business Accounting Review, Vol. 3, No. 2, Agustus 2015 (81-90)
- Tui, Sutardjo, Mahfud Nurnajamuddin, Mukhlis Sufri, Andi Nirwana (2017), Determinants of Profitability and Firm Value: Evidence from Indonesian Banks, Determinants of Profitability and Firm Value: Evidence from Indonesian Banks
- Van Horne; James dan John M.Wachowicz, Jr (2005). Prinsip-Prinsip Manajemen Keuangan, Quratul' Ain Mubarakhah. Jakarta: Salemba Empat
- Wardhani, W. K., Kartika H. T., & Suhendro. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, Dan Good Corporate Governance terhadap Nilai Perusahaan; Ekonomis: Journal of Economics and Business, 5(1), Maret 2021, 37-45
- Wetson, J.F., & Brigham, E.F. (2004). Essentials of Managerial Finance. Hinsdale: The Dryden Press
- Weston & Copeland. (1999). Financial Theory and Corporate Policy. Wesley Addison
- Yaparto, M. (2013). Pengaruh CSR terhadap kinerja keuangan. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya
- Zainol, Z. (2020). CEO Narcissism and CSR Reporting in Malaysian Public Listed Companies; Global Business and Management Research: An International Journal Vol. 12, No. 4 (2020)