

## Pengaruh Intellectual Capital, Growth Opportunities, Dan Biaya Promosi Terhadap Nilai Perusahaan

Sri Warsini<sup>1</sup>, Susanti<sup>2</sup>, Edi Pranyoto<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Manajemen/Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya, Indonesia

\*email: [sriwarsini783@gmail.com](mailto:sriwarsini783@gmail.com)

### ABSTRACT

*The value of the company becomes a material consideration for potential investors who want to invest their funds in a company. A potential investor in the capital market will certainly consider the company's stock price before making an investment. Cosmetics and household products are in high demand with up to 20% growth (KEMENPERIN, 2018 industry news). This news is reinforced by evidence from IDN Financial which reveals the share prices of cosmetics and household companies fell from 2016-2022. This study aims to determine the effect of Intellectual Capital, Growth Opportunity, and Cost of Promotion to Company Value. The type of research used is quantitative research with a causal associative approach. The population in this study are cosmetic companies and households listed on the IDX. Sampling used purposive sampling, resulting in a sample of 5 cosmetic companies and households. The data analysis method uses panel data analysis. The results of this study indicate that intellectual capital has a positive effect on firm value, growth opportunities have a negative effect on Company Value, and promotion costs have a negative effect on Company Value.*

*Keywords : Intellectual Capital, Growth Opportunities, promotion costs, Company Value*

### ABSTRAK

**Kata Kunci:**

*Intellectual Capital; Growth Opportunities; Biaya Promosi, Nilai Perusahaan*

Nilai perusahaan menjadi bahan pertimbangan bagi calon investor yang ingin menginvestasikan dananya pada suatu perusahaan. Seorang calon investor dalam pasar modal tentu akan mempertimbangkan harga saham perusahaan sebelum melakukan investasi. Produk kosmetik dan keperluan rumah tangga memiliki permintaan yang tinggi ditunjukkan dengan pertumbuhan hingga 20% (KEMENPERIN, berita industri 2018). Berita ini diperkuat dengan bukti dari IDN Financial yang mengungkapkan harga saham perusahaan kosmetik dan rumah tangga turun dari tahun 2016-2022. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Intellectual Capital, Growth Opportunities, dan Biaya Promosi terhadap Nilai Perusahaan. Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif kausal. Populasi pada penelitian ini adalah perusahaan kosmetik dan rumah tangga yang terdaftar di BEI. Pengambilan sampel menggunakan purposive sampling, menghasilkan sampel sebanyak 5 perusahaan

---

kosmetik dan rumah tangga. Metode analisis data menggunakan analisis data panel. Hasil penelitian ini menunjukkan Intellectual capital berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan, Growth Opportunities berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, dan Biaya Promosi berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

---

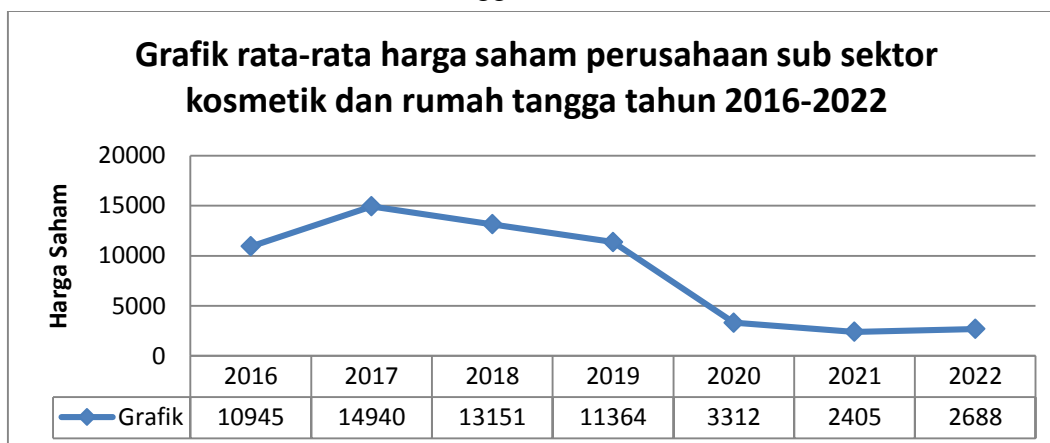
## PENDAHULUAN

Pasar modal memiliki peran penting bagi perekonomian suatu negara karena pasar modal dinilai mampu menjalankan dua fungsi, yaitu yang pertama adalah sebagai sarana bagi pendanaan usaha atau sebagai sarana bagi perusahaan untuk mendapatkan dana dari masyarakat pemodal (investor), dan yang kedua yaitu pasar modal menjadi sarana bagi masyarakat untuk berinvestasi pada instrument keuangan seperti saham, obligasi, reksadana, dan lain-lain ([www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)). Naik turunnya harga suatu saham sangat dipengaruhi oleh kondisi perekonomian suatu negara. Harga memiliki peran yang penting dalam mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli suatu produk termasuk diantaranya adalah saham. Secara teori, (Widoatmodjo, 2009) menyatakan bahwa kondisi pasar modal sangat dipengaruhi oleh penampilan ekonomi secara agregat, dimana hubungan antara pasar modal dengan ekonomi makro menunjukkan korelasi yang positif (situasi ekonomi memiliki pengaruh yang besar terhadap pasar modal). Kenaikan harga saham juga akan meningkatkan nilai perusahaan. Kesejahteraan pemegang saham dan nilai perusahaan umumnya terwakili pada harga saham, yang secara implisit mewakili keputusan investasi, pembiayaan dan manajemen aset (Hermuningsih, 2013).

Produk kosmetik dan keperluan rumah tangga memiliki permintaan yang tinggi ditunjukkan dengan pertumbuhan hingga 20% (KEMENPERIN, berita industri 2018). Permintaan yang meningkat ini diiringi dengan besarnya persaingan dalam industri kosmetik dan barang keperluan rumah tangga sehingga untuk menarik konsumen supaya mampu bersaing dan mendapatkan keuntungan, para pelaku usaha pun berupaya meningkatkan kualitas produknya. Seiring semakin maraknya produk impor di Indonesia, para pesaing bisnis berlomba untuk meningkatkan kinerja supaya mampu bertahan dan bersaing dalam industri. Permintaan ekspor dan domestik sejalan tren masyarakat yang menjadikan produk perawatan tubuh sebagai salah satu kebutuhan primer. Hal tersebut menyebabkan semakin ketatnya persaingan dalam industri kosmetik dan barang keperluan rumah tangga sehingga untuk menarik konsumen supaya mampu bersaing dan mendapatkan keuntungan, para pelaku usaha pun berupaya meningkatkan kualitas produknya. Seiring semakin maraknya produk impor di Indonesia, para pesaing bisnis berlomba untuk meningkatkan kinerja supaya mampu bertahan dan bersaing dalam industri. Alasan penulisan memilih sub sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga karena dibandingkan sektor lain, sektor ini tetap dibutuhkan. Meskipun sebagian produknya bukan merupakan kebutuhan pokok

akan tetapi tiap konsumen memiliki persediaan produknya sesuai dengan kebutuhan masing-masing, sehingga dalam kehidupan sehari-hari masyarakat menggunakan produk yang dihasilkan oleh perusahaan dalam sektor industri sub sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga. Dikarenakan perusahaan yang sangat dibutuhkan untuk keperluan sehari-hari sehingga kecil kemungkinan akan rugi.

**Gambar 1.** Grafik Rata-rata Harga Saham Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Rumah Tangga 2016-2017



Dalam grafik data tersebut diatas (sumber data : IDN Financial), dapat diartikan bahwa perusahaan sub sektor kosmetik dan rumah tangga mengalami fluktuasi dan keadaan yang tidak stabil pada tahun 2016-2022. Berdasarkan data dari website IDN Financial, perusahaan pada sub sektor kosmetik dan rumah tangga terdapat 10 perusahaan yang listing di BEI tahun 2016-2022. Pada penelitian (Suryana Wardifa dkk, 2022) dengan judul penelitian “Kontribusi Intellectual Capital Terhadap Kinerja Keuangan, Nilai Perusahaan dan Harga Saham” menemukan bahwa Intellectual Capital berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Kemudian diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh (Rizky Pramudya dkk, 2022) dengan judul “Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Kimia Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2017-2021” yang menghasilkan bahwa Intellectual Capital berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Namun hasil sebaliknya ditemukan oleh (Petrus Gani, 2022) dengan penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Kinerja Keuangan dan Nilai Perusahaan” dengan hasil yang mengungkapkan bahwa Intellectual Capital berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan”. Pada penelitian yang dilakukan oleh (Partogian Sormin dkk, 2021) dengan judul “Impact Of Capital Structure, Growth Opportunities, And Profitability On Company Value” mengungkapkan bahwa Growth Opportunities berpengaruh negatif terhadap nilai

perusahaan. Hasil penelitian yang sebaliknya diungkapkan oleh (Hermuningsih, 2013) dengan penelitiannya yang berjudul “Profitabilitas, Peluang Pertumbuhan, Modal Struktur Dan Nilai Perusahaan” yang menghasilkan penelitian bahwa Growth Opportunities (Peluang Pertumbuhan) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh (Berliana dkk, 2021) dengan judul “Pengaruh Biaya Promosi dan Pendapatan Bersih Terhadap Nilai Perusahaan Makanan dan Minuman Tahun 2015-2019” menghasilkan penelitian dengan hasil bahwa biaya promosi berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Penelitian lain dilakukan oleh (Widhiastuti dkk, 2018) dengan penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Modal Intelektual, Biaya Promosi, Dan Perputaran Persediaan Dalam Mempengaruhi Profit Serta Implikasinya Terhadap Nilai Perusahaan” mengungkapkan bahwa biaya promosi berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan latar belakang masalah yang dijelaskan tersebut dan perbedaan hasil penelitian terdahulu yang memiliki pendapat dan hasil penelitian yang berbeda, maka peneliti tertarik untuk mengetahui dan melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Intellectual Capital, Growth Opportunities, dan Biaya Promosi Terhadap Nilai Perusahaan” pada perusahaan sub sektor kosmetik dan rumah tangga tahun 2016-2022.

## **METODE**

Jenis penelitian yang dilakukan merupakan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif ini merupakan salah satu metode penelitian yang menguji data berupa angka-angka dan menggunakan statistik (Sugiyono, 2017). Strategi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan strategi penelitian asosiatif. Dalam penelitian ini strategi penelitian asosiatif digunakan untuk mengidentifikasi sejauh mana pengaruh variabel X (variabel bebas) yang terdiri atas Intellectual Capital (X1), Growth Opportunities (X2), dan Biaya Promosi (X3) terhadap variabel Y yaitu Nilai Perusahaan (variabel terikat), baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas berupa intellectual capital, growth opportunities, dan biaya promosi terhadap nilai perusahaan yang merupakan variabel terikat pada perusahaan sub sektor kosmetik dan rumah tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016 - 2022. Penelitian menggunakan data panel (Nugraha, 2020; Widajatun, 2019), yaitu gabungan data time series dan data crosssectional karena membandingkan antar perusahaan pada seluruh perusahaan sub sektor kosmetik dan rumah tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama 7 tahun. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang didapat dari situs resmi Bursa Efek Indonesia, yaitu [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) yang berupa harga saham, dan annual report perusahaan. Informasi lainnya yang didapat oleh peneliti diperoleh dari buku, internet, makalah, jurnal keuangan yang menyangkut dengan objek yang diteliti oleh peneliti.

Populasi yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan sub sektor kosmetik dan rumah tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2016-2022. Sampel yang diambil dari penelitian ini adalah perusahaan sub sektor kosmetik dan rumah tangga yang terdaftar di BEI pada tahun 2016- 2022. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode purposive sampling.

**Analisis regresi data panel**

Analisis data dilakukan dengan berbagai cara yaitu menghitung berbagai variabel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan laporan keuangan perusahaan. Kemudian pengujian yang dilakukan untuk menguji pengaruh antara variabel dependen dan independen adalah menggunakan uji regresi data panel.

**Uji persyaratan analisis data**

**Uji asumsi klasik**

Untuk menguji kelayakan model regresi yang digunakan, maka harus terlebih dulu memenuhi uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik dalam penelitian ini terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas dan uji autokorelasi.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Deskripsi pada penelitian ini meliputi 4 variabel diantaranya yaitu nilai perusahaan, intellectual capital, growth opportunity, dan biaya promosi.

**Tabel 1.** Olah data 4 Variable

Nilai	Variabel			
	IC	GO	BPR	NP
Mean	2.739669	3.597677	7.943417	5.374989
Maximum	6.326500	66.29040	56.31820	78.33980
Minimum	1.264600	-27.40530	0.201600	0.422000
Std. Dev	1.640918	14.65103	14.78193	13.99657
Observations	35	35	35	35

**Analisis regresi data panel**

Model regresi merupakan data panel yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen pada variabel dependen. Setelah melakukan pemilihan model terbaik untuk uji asumsi klasik maka diperoleh hasil estimasi model terbaik.

**Tabel 2.** Analisis regresi data panel

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-7.027558	4.085139	-1.720274	0.0954
IC	4.929140	1.219431	4.042164	0.0003
GO	0.095022	0.172294	0.551509	0.5852

BPR	-0.181725	0.170841	-1.063707	0.2957
-----	-----------	----------	-----------	--------

Berdasarkan tabel maka diperoleh persamaan regresi data panel adalah sebagai berikut :

$$\text{Tobin's } Q_{it} = \alpha + \beta_1 \text{VAIC}_{it} + \beta_2 \text{GROWTH}_{it} + \beta_3 \text{BPR}_{it} + \text{eit}$$

Berikut adalah hasil regresi dari penelitian ini :

$$\text{Tobin's } Q_{it} = -7.027558 + 4.929139 \text{ VAIC}_{it} + 0.095021 \text{ GROWTH}_{it} + 0.181725 \text{ BPR}_{it} + \text{eit}$$

Hasil tersebut dapat diartikan bahwa :

1. Konstanta Nilai Perusahaan (Y) sebesar -7.027558 yang artinya apabila *intellectual capital*, *growth opportunity*, dan biaya promosi bernilai 0 maka nilai Nilai Perusahaan memiliki tingkat nilai sebesar -7.027558.
2. Nilai koefisien *intellectual capital* (X1) sebesar 4.929130 artinya setiap kenaikan *intellectual capital* akan menaikkan nilai perusahaan sebesar 4.929130.
3. Nilai koefisien *growth opportunity* (X2) sebesar 0.095021 artinya setiap kenaikan *growth opportunity* akan menaikkan nilai perusahaan sebesar 0.095021.
4. Nilai koefisien biaya promosi (X3) sebesar 0.181725 artinya setiap kenaikan biaya promosi akan menaikkan nilai perusahaan sebesar 0.181725.

### Hasil uji persyaratan analisis data

#### Uji normalitas

Uji Normalitas dilakukan untuk mendeteksi apakah residual mempunyai distribusi normal atau tidak (Widarjono, 2007). Jika nilai probabilitas jarque-bera lebih besar dari  $\alpha = 0,05$  maka residual mempunyai distribusi normal. Namun jika nilai probabilitas Jarque-Bera lebih kecil dari  $\alpha = 0,05$  maka residual tidak mempunyai distribusi normal.

**Tabel 3.** Uji Normalitas

Probability Jarque Bera	0.064975
Nilai Signifikansi	> 0,05
Hasil	Berdistribusi normal

Pada tabel diketahui bahwa nilai probability Jarque-Bera sebesar 0.064975 yaitu lebih besar dari nilai 0,05 yang artinya hasil uji normalitas pada data-data variabel penelitian tersebut berdistribusi normal.

#### Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi dalam

penelitian ini tidak boleh terjadi korelasi diantara variabel-variabel independen. Jika nilai korelasi dibawah  $< 0,85$  maka terbebas dari masalah multikolinieritas dan jika nilai korelasi lebih besar  $> 0,85$  maka data terjangkit masalah multikolinieritas.

**Tabel 4.** Uji Multikolinieritas

	IC	GO	BPR
IC	1.000000	0.040776	-0.050185
GO	0.040776	1.000000	0.610916
BPR	-0.050185	0.610916	1.000000

Berdasarkan tabel diketahui bahwa hasil pengujian multikolinieritas, diperoleh hasil berupa nilai korelasi dari masing-masing variabel bebas  $< 0,85$  yang berarti tidak terjadi masalah multikolinieritas.

**Uji Heteroskedastisitas**

Uji Heteroskedastisitas dilakukan untuk melihat apakah residual dari model yang terbentuk memiliki varians yang konstan atau tidak (Widarjono, 2007)

**Tabel 5.** Uji Heteroskedastisitas

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.199686	0.138250	1.444383	0.1587
IC	0.354425	0.041268	8.588363	0.0000
GO	0.004547	0.005831	0.779824	0.4414
BPR	-0.011718	0.005782	-2.026817	0.0514

Berdasarkan tabel hasil uji heteroskedastisitas memiliki nilai prob. C, GO,BPR lebih dari tingkat signifikansi 0,05 (prob.  $> 0,05$ ).

**Uji Autokorelasi**

Uji Autokorelasi dilakukan untuk menguji apakah variabel dependen berkorelasi atau tidak dengan nilai variabel itu sendiri. Tidak boleh ada korelasi antara periode t dengan periode sebelumnya atau secara sederhana tidak boleh terjadi korelasi antara pengamatan dan data observasi sebelumnya (Widarjono, 2007). Dalam penelitian ini berdasarkan (Durbin dan Watson 1951) memaparkan jika nilai DW  $< 1$  atau DW  $> 3$  artinya terjadi masalah autokorelasi.

**Tabel 6.** Uji Autokorelasi

Durbin-Watson stat	2.324890
Nilai Autokorelasi	$< 3$



Berdasarkan Tabel 4.9 menggunakan *Durbin-Watson stat* adalah 2.324890 berada diantara nilai 1 sampai 3 ( $1 < 2.324 < 3$ ), sehingga dapat disimpulkan bahwa data penelitian ini tidak terjadi autokorelasi dalam model regresi penelitian.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan tabel analisis regresi data panel diketahui bahwa *intellectual capital* berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan. Maka, hipotesis pertama dari penelitian ini diterima. Hal ini dikarenakan *intellectual capital* mampu menciptakan *value added* dalam suatu perusahaan. *Value added* yang tinggi memiliki peran yang kuat dalam meningkatkan kinerja keuangan yang berasal dari *capital employed*, *human capital*, dan *structural capital*. *Intellectual capital* dapat mendukung aktivitas perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan.

Hal ini berhubungan dengan *resource based theory* yang menyatakan bahwa perusahaan dapat bersaing dengan kompetitif apabila perusahaan dapat memanfaatkan dan mengelola sumber daya yang dimiliki perusahaan. Adanya keunggulan kompetitif yang dimiliki perusahaan akan meningkatkan tingkat kepercayaan investor untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut. Hal tersebut dapat memperlihatkan bahwa perusahaan mempunyai nilai tambah dibandingkan dengan perusahaan lain. Semakin baik respon investor, maka semakin baik nilai perusahaan.

### Pengaruh Growth Opportunities Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan tabel analisis regresi data panel diketahui bahwa variabel *Growth Opportunity* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Maka, hipotesis kedua dari penelitian ini ditolak. Peluang tumbuh adalah kemampuan perusahaan untuk meningkatkan ukurannya (Maryanti, 2016). Semakin tinggi pertumbuhan perusahaan, yang juga berarti bahwa peluang perusahaan untuk berkembang juga tinggi, dan semakin besar kebutuhan dana perusahaan. Perusahaan yang memiliki nilai pertumbuhan yang tinggi pada umumnya adalah perusahaan kecil.

*Growth opportunity* yang tinggi merupakan sinyal nilai perusahaan juga tinggi. Hal ini merupakan sinyal bagi investor dan calon investor (Effendi, 2013.). (Agustina, 2012) menemukan bahwa pertumbuhan perusahaan (*growth opportunity*) mempunyai pengaruh positif terhadap perubahan harga saham. Informasi tentang adanya pertumbuhan perusahaan direspon positif oleh investor, sehingga akan meningkatkan harga saham, yang nantinya akan berpengaruh pada nilai perusahaan. *Growth Opportunity* merupakan kesempatan pertumbuhan sesuatu perusahaan dimasa depan.

### Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan tabel analisis regresi data panel diketahui bahwa biaya promosi tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Maka, hipotesis ketiga dari penelitian ini di tolak. Biaya promosi sangat penting untuk meningkatkan profit perusahaan, betapapun



berkualitasnya suatu produk, jika konsumen belum pernah mendengarkan dan tidak yakin bahwa produk itu akan berguna bagi mereka, maka mereka tidak akan membelinya. Promosi tidak hanya untuk menarik minat konsumen, tetapi juga merupakan bentuk komunikasi perusahaan dengan konsumen dan pelanggannya.

Teori sinyal mengemukakan tentang bagaimana seharusnya sebuah perusahaan memberikan sinyal-sinyal kepada pengguna laporan keuangan. Sinyal ini merealisasikan keinginan pemilik. Sinyal dapat berupa promosi atau informasi lainnya yang menyatakan bahwa perusahaan tersebut lebih baik dari pada perusahaan lainnya (Meythi dan Hartono, 2012).

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan analisis data dan pembahasan hasil perhitungan yang telah diuraikan sebelumnya, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Intellectual Capital berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan sub sector kosmetik dan rumah tangga tahun 2016-2022.
2. Growth Opportunity berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan sub sektor kosmetik dan rumah tangga tahun 2016-2022.
3. Biaya Promosi berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan sub sektor kosmetik dan rumah tangga tahun 2016-2022.

## **Saran**

Setelah melakukan analisis dan pembahasan terhadap pengaruh Intellectual Capital, Growth Opportunity, dan Biaya Promosi terhadap Nilai Perusahaan, maka saran yang dapat diberikan adalah :

### **1. Bagi Perusahaan**

Bagi perusahaan diharapkan terus mengoptimalkan tiga unsur utama pada Intellectual Capital yaitu Human Capital (HC), Struktur Capital (SC), dan Customer Capital (CC), karena ketiga unsur tersebut dipercaya dapat membangun intellectual capital yang mampu meningkatkan nilai perusahaan apabila dikelola dan dimanfaatkan secara optimal. Jika nilai perusahaan tinggi, investor akan memberi nilai lebih pada perusahaan dengan melakukan investasi.

### **2. Bagi Peneliti Selanjutnya**

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan sampel penelitian dengan menggunakan objek perusahaan lainnya. Selain itu, diharapkan untuk memperbanyak sampel yang akan digunakan karena semakin banyak sampel yang digunakan maka akan semakin akurat dalam analisisnya. Peneliti selanjutnya diharapkan untuk menambahkan variabel independen serta variabel kontrol yang diindikasikan dapat mempengaruhi nilai perusahaan serta dapat menambahkan tahun penelitian agar

hasilnya lebih optimal.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, Silvia. 2012. Pengaruh Profitabilitas dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan. Tesis. Universitas Padang.
- Berliana, M., & Manda, G. S. (2021). Pengaruh Biaya Promosi dan Pendapatan Bersih Terhadap Nilai Perusahaan Makanan dan Minuman Tahun 2015-2019. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 2(1), 1-7.
- Effendi, R. (2013). *Accounting Principles: Prinsip-Prinsip Akuntansi Berbasis SAK ETAP*. Edisi Revisi Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Gani, P. (2022). Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Kinerja Keuangan dan Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Makanan dan Minuman Yang Terdaftar di BEI). *Owner: Riset dan Jurnal Akuntansi*, 6(1), 518-529.
- Hermuningsih, S. (2013). Profitability, growth opportunity, capital structure and the firm value. *Buletin Ekonomi Moneter Dan Perbankan*, 16(2), 115-136.
- Maryanti, E. (2016). Analisis Profitabilitas, Pertumbuhan Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan dan Struktur Aktiva terhadap Struktur Modal pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia . *Riset Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, 1(2), 143-151.
- Meythi, M., Hartono, S., Meythi, M., & Hartono, S. (2012). Pengaruh informasi laba dan arus kas terhadap harga saham. *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 3(7), 1-17.
- Pramudya, R., Wibowo, N. M., & Susanto, H. (2022). Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Kimia Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2017-2021. *Jurnal Mahasiswa: Jurnal Ilmiah Penalaran dan Penelitian Mahasiswa*, 4(4), 95-109.
- Sormin, P., & Genesisius, K. (2021). Impact of Capital Structure, Growth Opportunities, and Profitability on Company Value. *Klabat Accounting Review*, 2(1), 1-16.
- Sugiyono. "Metode Penelitian". Penerbit Alfabeta. Bandung. 2017
- Wardifa, I. K. S., & Yanthi, M. D. (2022). Kontribusi Intellectual Capital Terhadap Kinerja Keuangan, Nilai Perusahaan dan Harga Saham. *Jurnal Akuntansi AKUNESA*, 11(1), 11-24.
- Watson, G. S., & Durbin, J. (1951). Exact tests of serial correlation using noncircular statistics. *The Annals of Mathematical Statistics*, 446-451.
- Widarjono, A. (2007). *Ekonometrika: teori dan aplikasi untuk ekonomi dan bisnis*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Widoatmodjo, Sawidji. 2009. *Pasar Modal Indonesia : Pengantar & Studi Kasus*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Widhiastuti, S., & Nugraha, R. S. (2019). Pengaruh Modal Intelektual, Biaya Promosi, dan Perputaran Persediaan dalam Mempengaruhi Profit Serta Implikasinya Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*, 15(2), 183-192.