

PENGARUH *GOODWILL*, *INTELLECTUAL CAPITAL* DAN PERTUMBUHAN PENJUALAN TERHADAP NILAI PASAR PERUSAHAAN SEKTOR BARANG KONSUMEN PRIMER

Nur Iklima Syrifah¹⁾, Rosita Wulandari²⁾

¹⁻²Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Pamulang

Email: nuriklimasyarifah6734@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh *goodwill*, *intellectual capital* dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai pasar perusahaan. Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif asosiatif data yang digunakan pada penelitian ini merupakan data sekunder yang diperoleh dari website Bursa Efek Indonesia serta website dari masing-masing perusahaan barang konsumen primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode tahun 2016 sampai 2021. Populasi yang terdapat pada penelitian ini yaitu sebanyak 20 perusahaan sehingga total observasi dalam penelitian ini berjumlah 120 sampel teknik pengambilan sampel (*sampling*) dilakukan dengan metode *purposive sampling*. Pengujian pada hipotesis dilakukan dengan menggunakan aplikasi Eviews 9. Hasil pengujian yang dilakukan secara parsial menunjukkan hasil bahwa *goodwill* tidak berpengaruh terhadap nilai pasar perusahaan, sedangkan *intellectual capital* berpengaruh terhadap nilai pasar perusahaan dan pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap nilai pasar perusahaan. Penelitian ini penting untuk dilakukan, karena masih banyak masyarakat yang memiliki keinginan dalam melakukan investasi, penelitian ini dapat memberikan informasi bermanfaat sebagai bahan pertimbangan oleh para investor dalam menilai perusahaan tempat mereka akan berinvestasi

Kata Kunci: *Goodwill, Intellectual Capital, Pertumbuhan Penjualan, Nilai Pasar Perusahaan.*

Abstract

This study aims to obtain empirical evidence regarding the effect of goodwill, intellectual capital and sales growth on the company's market value. This type of research uses associative quantitative research. The data used in this study is secondary data obtained from the website of the Indonesia Stock Exchange and the websites of each primary consumer goods company listed on the Indonesia Stock Exchange during the period 2016 to 2021. The population is in In this study, there were 20 companies so that the total observations in this study amounted to 120 samples. The sampling technique was carried out using a purposive sampling method. Testing on the hypothesis was carried out using the Eviews 9 application. The results of the partial test showed that goodwill had no effect on the company's market value, while intellectual capital had an effect on the company's market value and sales growth had an effect on the company's market value. This research is important to do, because there are still many people who have the desire to invest, this research can provide useful information for consideration by investors in assessing the company where they will invest..

Keywords: *Goodwill, Intellectual Capital, Sales Growth, Company Market Value.*

1. PENDAHULUAN

Bisnis *consumer good* khususnya pada makanan dan minuman di Indonesia sudah cukup berkembang pesat di berbagai daerah. Hal tersebut tentunya menimbulkan adanya persaingan pasar makanan ringan di Indonesia

yang semakin kuat, sehingga menuntut perusahaan tetap unggul dalam persaingannya yang didorong oleh beberapa faktor yang dapat menciptakan nilai perusahaan. Sektor *consumer good* merupakan salah satu sektor industri yang di anggap paling aman dan cukup menjanjikan, sebab produk-produk pada

industri ini hingga secara domestik selalu memiliki permintaan yang tinggi. Industri *consumer good* memiliki saham-saham yang memiliki prospek yang lebih baik dibandingkan dengan sektor lainnya. Bahkan secara fundamental, saham pada industri ini memiliki sejumlah dukungan yang positif (Cahyani, 2021). Tentunya tidak menutup kemungkinan bahwa perusahaan-perusahaan yang berada pada industri.

Nilai perusahaan merupakan sebuah anggapan dari investor atas tingkat keberhasilan perusahaan yang memiliki kaitan erat dengan harga saham perusahaannya. Nilai perusahaan adalah posisi penting yang harus dimiliki oleh perusahaan sebab dengan adanya suatu peningkatan pada nilai perusahaan yang akan disertai dengan meningkatnya harga saham yang dapat memberikan dampak salah satunya dalam memakmurkan para pemegang saham (Ibrahim, 2021). Oleh karenanya nilai perusahaan dijadikan sebagai tolak ukur atas pencapaian perusahaan pada periode tertentu. Naik turunnya nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satu faktor yang dapat mempengaruhi nilai pasar perusahaan adalah *Goodwill*.

Goodwill ialah sebagai suatu asset yang akan memberikan manfaat ekonomi yang timbul dimasa depan dari asset lainnya yang diperoleh pada proses kombinasi bisnis yang tidak bisa diidentifikasi secara individual namun diakui secara terpisah. Timbul terjadinya *goodwill* dikarenakan terdapatnya proses akuisisi, sebab *goodwill* merupakan suatu penilaian “*going concern*” pula tidak dapat dipisahkan dengan perusahaan secara keseluruhan. Dalam praktiknya *goodwill* menjadi sebuah cerminan atas pembayaran premium yang dilakukan pihak pengakuisisi untuk mendapatkan suatu perusahaan (Yozana, 2017). *Goodwill* perusahaan dapat menjadi bahan pertimbangan para investor dalam menilai perusahaan tersebut memiliki pendapatan atau keuntungan yang lebih baik dimasa mendatang. Hal tersebut sesuai dengan penelitian (Syafitri, 2020) yang menyatakan bahwa *Goodwill* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Intellectual Capital menjadi faktor selanjutnya yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan dalam penelitian ini. Dibentuknya sebuah perusahaan tentunya dengan suatu

tujuan yang jelas pada praktiknya secara garis besar semua tujuan itu selalu didominasi oleh keputusan-keputusan pada bagian keuangan. Nilai perusahaan yang tercermin pada laporan keuangan mengandung suatu nilai yang tersembunyi, salah satu nilai tersembunyi tersebut ialah *Intellectual Capital*. *Intellectual capital* adalah sebuah materi intelektual seperti bentuk informasi, kekayaan intelektual, pengetahuan serta pengalaman yang dipakai dalam menciptakan kesejahteraan. Pemanfaatan atas sumber daya intelektual dapat memudahkan perusahaan dalam mencapai keunggulan bersaing dan nilai tambah bagi perusahaan (Ibrahim, 2021). Menurut beberapa akademisi, *intellectual capital* adalah suatu nilai yang tersembunyi serta tidak disajikan pada laporan keuangan, maka dari itu, dinyatakan juga bahwa adanya pengungkapan yang jelas mengenai *intellectual capital* sangat penting pada suatu laporan keuangan, sebab *intellectual capital* ini menjadi nilai tersembunyi yang dapat memicu adanya perbedaan antara nilai pasar suatu perusahaan dengan nilai bukunya (Yuyetta, 2016). Hal tersebut sesuai dengan penelitian (Santiani, 2018) yang menyatakan bahwa *intellectual capital* dapat mempengaruhi nilai perusahaan.

Terdapat 2 (dua) faktor yang telah dijelaskan namun ada beberapa investor yang menjadikan pertumbuhan penjualan sebagai suatu tolak ukur dalam meninjau perkembangan di suatu perusahaan yang akan dijadikan tempat oleh investor untuk berinvestasi karna pertumbuhan penjualan pada suatu perusahaan dapat memberikan dampak pada peningkatan nilai perusahaan. Pertumbuhan adalah sebuah upaya yang dilakukan perusahaan dalam mempertahankan posisi usahanya ditengah lingkup industri bisnis yang sejenis dengan perusahaannya (Widyawati, 2017). Pertumbuhan penjualan merupakan sejumlah kenaikan atas penjualan bersih dari tahun ke tahun yang digunakan sebagai gambaran mengenai besaran keuntungan yang diperoleh suatu perusahaan, juga pertumbuhan penjualan dapat dijadikan sebagai sebuah cerminan keberhasilan atas investasi bagi perusahaan di periode masa lalu namun dapat memberikan prediksi pertumbuhan dimasa atau periode selanjutnya (Manggale & Widyawati, 2021). Hal tersebut sesuai dengan penelitian (Widyawati, 2017)

yang menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Alasan memilih perusahaan barang konsumen primer sebab ini merupakan salah satu industri yang paling aman dan cukup menjanjikan karena produk barang konsumsi selalu dibutuhkan dalam kehidupan sehari-hari sehingga kegiatan operasional pada perusahaan tersebut dapat mencakup semua kebutuhan informasi dalam menunjang proses penelitian ini. Terdapat penelitian terdahulu yang dilakukan (Syafitri, 2020) yang menyatakan bahwa *Goodwill* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan sedangkan pada penelitian terdahulu yang dilakukan (Yani, 2017) menyatakan bahwa *Goodwill* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan (Santiani, 2018) menyatakan bahwa variabel *Intellectual Capital* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan namun pada penelitian yang dilakukan (Saputra, 2018) menyatakan bahwa salah satu komponen pada *Intellectual Capital* tidak memiliki pengaruh terhadap nilai pasar perusahaan. Kemudian penelitian terdahulu mengenai Pertumbuhan Penjualan yang dilakukan oleh (Widyawati, 2017) menyatakan hasil yang berpengaruh signifikan dan positif terhadap nilai perusahaan tetapi pada penelitian yang dilakukan (Tamba dkk, 2020) menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan secara parsial tidak berdampak dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Mengacu pada latar belakang penelitian diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) Apakah *goodwill* berpengaruh terhadap nilai pasar perusahaan?, (2) Apakah *intellectual capital* berpengaruh terhadap nilai pasar perusahaan?, (3) Apakah pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap nilai pasar perusahaan?. Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan yang diharapkan dapat dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) Untuk mengetahui dan menguji pengaruh *goodwill* terhadap nilai pasar perusahaan, (2) Untuk mengetahui dan menguji pengaruh *intellectual capital* terhadap nilai pasar perusahaan, (3) Untuk mengetahui dan menguji pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap nilai pasar perusahaan.

2. TELAAH LITERATUR DAN PEGEMBANGAN HIPOTESIS

Signalling Theory

Signalling theory menjabarkan mengenai bagaimana seharusnya perusahaan memberikan sinyal kepada pengguna laporan keuangan. *Signalling Theory* adalah teori yang memfokuskan pada titik atau sinyal atau pun tanda-tanda dari adanya laporan keuangan. Kondisi finansial pada suatu perusahaan dapat diperoleh dengan mengadakan interpretasi ataupun analisis pada data finansial yang ada, sebab laporan finansial akan memberikan ikhtisar mengenai keadaan finansial perusahaan (Karewur, 2016). Berdasarkan pada *signalling theory*, perusahaan yang melaporkan adanya *goodwill* dan aktiva tak berwujud bisa dianggap sebagai sinyal yang positif oleh investor sehingga para investor akan beranggapan bahwa perusahaan tersebut memiliki potensi pendapatan lebih baik dimasa yang akan datang. Sinyal positif dari investor tersebut dapat berpengaruh pada meningkatnya harga saham suatu perusahaan (Ni'mah dkk, 2020).

Resources Based Theory

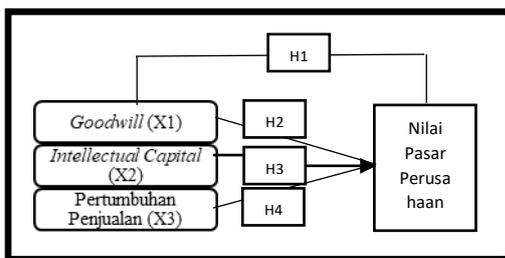
Resources Based Theory (RBT) ialah sebuah teori yang berkembang dan berguna dalam menggambarkan suatu penjelasan bahwa dengan adanya sumber daya *professional* yang hanya dimiliki oleh perusahaan akan menciptakan sebuah keunggulan perusahaan dalam bersaing dengan perusahaan lain. Pengelolaan serta adanya pemanfaatan yang baik atas sumber daya yang dimiliki perusahaan tentunya dapat menimbulkan nilai tambah daripada organisasi lainnya, Sehingga pihak investor akan memberikan nilai yang lebih tinggi bagi perusahaan yang memiliki *intellectual capital* lebih besar (Agustiana, 2020). Selain itu teori ini mampu menjelaskan bagaimana hubungan *intellectual capital* dengan nilai perusahaan, sebab pada bahasan teori ini dapat memaparkan bagaimana perusahaan mampu mengelola dan memanfaatkan sumber daya yang dapat dimiliki oleh perusahaan yang mana salah satu sumber daya tersebut merupakan suatu *intellectual capital* yang di dalamnya terdiri dari tiga komponen di antaranya adalah sejumlah karyawan (*human capital*), aset fisik (*physical capital*) dan structural capital (Septia, 2018).

Stakeholder Theory

Teori *stakeholder* merupakan suatu teori yang menyatakan bahwa perusahaan adalah sebuah entitas yang tidak hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri, namun juga harus bisa memberikan manfaat kepada seluruh *stakeholdernya* ataupun pihak yang berkepentingan lainnya, oleh karenanya kelangsungan hidup suatu perusahaan didukung dari para *stakeholder*. Tujuan utama teori *stakeholder* adalah untuk membantu manajemen perusahaan dalam menciptakan *value* dan meminimalkan kerugian yang muncul bagi *stakeholder* (Dhani & Utama, 2017). Teori yang mendasari nilai perusahaan ini adalah teori *stakeholder* perusahaan tidak hanya bertanggung jawab terhadap pemilik saham saja, namun bertanggung jawab juga dalam masyarakat yang biasa disebut dengan tanggung jawab sosial.

Kerangka Pemikiran

Mengacu pada latar belakang, perumusan masalah dan penelitian terdahulu yang disertai dengan teori yang pernyataannya dapat mendukung penelitian ini maka kerangka pemikiran pada penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

Pengaruh Goodwill, Intellectual Capital dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Pasar Perusahaan

Goodwill ialah sebuah cerminan atas kemampuan perusahaan yang tinggi atas potensi laba perusahaan yang diakuisisi dari nilai wajarnya. Pentingnya informasi yang relevan serta bermanfaat mengenai nilai *goodwill* semakin mengalami peningkatan sebab dapat memudahkan para investor dalam melakukan valuasi terhadap nilai suatu perusahaan. Secara garis besar *goodwill* merupakan suatu aset milik perusahaan yang diperoleh melalui proses kombinasi bisnis diantaranya seperti akuisisi perusahaan lain

ataupun berasal dari nilai ekonomis pada internal perusahaan (Syafitri, 2020).

Intellectual capital dapat dijadikan sebagai salah satu sarana yang dipakai untuk pendekatan dalam penilaian serta pengukuran aset pengetahuan (*knowledge asset*). Mengingat pada tujuan perusahaan adalah memaksimalkan nilai perusahaan, umumnya nilai perusahaan tersebut akan tercermin dari harga saham perusahaan. *Intellectual capital* dianggap sebagai nilai tersembunyi yang diakui dan dihargai oleh pasar, maka jika perusahaan mampu mengelola dan memanfaatkannya dengan baik hal tersebut dapat memicu timbulnya nilai tambah bagi perusahaan yang dapat berpengaruh pada meningkatnya nilai suatu perusahaan (Septia, 2018).

Pertumbuhan penjualan dapat memberikan suatu gambaran atas keberhasilan operasional pada perusahaan di periode masa lalu yang tentunya dapat dijadikan sebagai sarana dalam memprediksi pertumbuhan dimasa yang akan datang yang dinyatakan (Elisa & Amanah, 2021). Adanya keterkaitan antara nilai saham dengan pertumbuhan penjualan yang dapat memberikan dampak keberhasilan dengan hasil keuntungan yang berasal dari pertumbuhan penjualan yang baik, tentunya hal tersebut dapat mempengaruhi nilai perusahaan (Lori, 2021). Berdasarkan pada uraian diatas, maka diperoleh sebuah hipotesis sebagai berikut:

H1: Diduga *goodwill*, *intellectual capital* dan pertumbuhan penjualan secara simultan berpengaruh terhadap nilai pasar perusahaan

Pengaruh Goodwill Terhadap Nilai Pasar Perusahaan

Perusahaan yang menyajikan informasi adanya nilai *goodwill* pada laporan keuangannya, maka nilai *goodwill* ini dapat menunjukkan bahwa perusahaan tersebut telah melakukan suatu kombinasi bisnis yaitu proses akuisisi, sehingga informasi yang disajikan tersebut dapat dianggap sebagai suatu pemberian sinyal yang positif oleh para investor. Sesuai dengan *signaling theory* (sinyal positif) pada laporan keuangan yang dimaksud oleh para investor tersebut memiliki makna bahwa *goodwill* dapat meningkatkan nilai perusahaan sebab sinyal positif dari investor ini dianggap akan sejalan dengan meningkatnya harga saham suatu perusahaan. Berdasarkan pada pernyataan tersebut yang

juga didukung dan terbukti secara empiris pada hasil penelitian yang menyebutkan bahwa *Goodwill* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan (Syafitri, 2020). Maka dengan demikian, hipotesis yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut:

H2: Diduga *goodwill* berpengaruh terhadap nilai pasar perusahaan

Pengaruh *Intellectual Capital* Terhadap Nilai Pasar Perusahaan

Ilmu yang terdapat pada *Intellectual Capital* dapat dijadikan sebuah senjata perusahaan dalam memenangkan persaingan bisnis mereka. Optimalisasi sumber daya *Intellectual Capital* pada aktivitas perusahaan sebenarnya tidak terlepas dari *resource based theory* yang menyatakan bahwa suatu keunggulan kompetitif itu didasari dari pengendalian sumber daya yang dimiliki perusahaan. Mengacu pada *Resources Based Theory*, sumber daya *Intellectual Capital* mempunyai unsur yang bersifat heterogen. Maka pada hal ini, upaya antara perusahaan satu dengan perusahaan lain tentunya akan memiliki perbedaan. Sehingga *Intellectual Capital* dapat memberikan karakter yang dapat mengalahkan pesaing-pesaingnya dan mampu menguasai pangsa pasar. Penelitian ini menunjukkan bahwa *intellectual capital* diduga dapat berpengaruh terhadap nilai perusahaan, pernyataan tersebut didukung dan terbukti pada hasil penelitian yang menyebutkan adanya hubungan yang signifikan antara *Intellectual Capital* dengan nilai perusahaan (Santiani, 2018). Dengan demikian, hipotesis yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut: H3: Diduga *intellectual capital* berpengaruh terhadap nilai pasar perusahaan

3. METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian dan Populasi

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif asosiatif yang mana penelitian ini bertujuan dalam mengetahui mengenai keterkaitan atau hubungan antara variabel yang dipakai pada penelitian ini baik dua variabel ataupun lebih. Data yang digunakan pada penelitian ini di dapatkan dari website masing-masing perusahaan barang konsumen primer dan website Bursa Efek Indonesia www.idx.co.id selama periode 2016-2021.

Teknik Penarikan Sampel

Jenis data yang digunakan untuk penelitian ini ialah data sekunder, yaitu sejumlah data yang didapatkan dari pihak lain maupun tidak langsung dari sumber utama (perusahaan). Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode dokumentasi. Metode dokumentasi sendiri merupakan suatu metode yang dilakukan dengan menghimpun informasi serta data melalui studi pustaka dan literatur beserta laporan keuangan tahunan perusahaan.

Definisi Variabel Operasional dan Pengukuran Variabel

Tabel 3.1
Operasional Variabel

No	Variabel	Indikator	Skala
1	Nilai Pasar Perusahaan (Y) (Agustiana, 2020)	$PBV = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Nilai Buku Saham}} \times 100\%$	Rasio
2	<i>Goodwill</i> (X1) (Ni'mah dkk, 2020)	Jika perusahaan menyajikan nilai <i>goodwill</i> maka nilainya 1, jika tidak maka 0	Dummy
3	<i>Intellectual Capital</i> (X2) (Santiani, 2018)	$VAICTM = VACA + VAHU + STVA$	Rasio
4	Pertumbuhan Penjualan (X3) (Widyawati, 2017)	$Growth\ of\ Sales = \frac{S1 - St - 1}{St - 1} \times 100\%$	Rasio

Teknik Analisis Data

Uji Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif ini ditujukan guna menganalisis data kuantitatif yang diolah menurut pengukuran untuk masing-masing variabel sehingga akan memberikan penjelasan atau gambaran mengenai kondisi perusahaan selama periode tertentu (Sugiyanto & Setiawan, 2019).

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Menurut (Ghozali, 2018) Uji normalitas dilakukan dengan tujuan mengetahui data pada penelitian ini dapat berdistribusi secara normal atau tidak.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi antar variabel independen dalam model regresi (Ghozali, 2018).

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bermaksud untuk menguji apakah terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lainnya dalam model regresi (Ghozali, 2018). Apabila terjadi kesamaan maka disebut dengan homoskedastisitas, sedangkan jika terjadi ketidaksamaan maka disebut dengan heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Menurut pendapat (Ghozali, 2018) uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah adanya korelasi antara residual pada periode tertentu dengan residual pada periode sebelumnya dalam model regresi linear.

Analisis Persamaan Regresi Linier Berganda.

Alat analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah suatu analisis model regresi panel, yang mana digunakan secara bersamaan untuk mengetahui kekuatan antara hubungan 2 variabel atau lebih dan dapat menggambarkan sejauh mana hubungan variabel dependen dan variabel independen yang digunakan. Variabel dependen pada penelitian ini ialah Nilai Pasar Perusahaan. Secara rinci metode analisis yang dilakukan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

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

Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)

Uji Koefisien Determinasi (*R²*). Berdasarkan pernyataan (Ghozali, 2018) uji koefisien Determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi terletak pada 0 dan 1. Klasifikasi koefisien korelasi yaitu, 0 (tidak ada korelasi), 0-0,49 (korelasi lemah), 0,50 (korelasi moderat), 0,51-0,99 (korelasi kuat), 1.00 (korelasi sempurna).

Pengujian Hipotesis

Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Menurut (Ghozali, 2018) Uji t dilakukan untuk menguji seberapa jauh pengaruh variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini secara individual dalam menerangkan variabel dependen secara parsial.

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pengujian Statistik Deskriptif

Menurut Ghozali (2018:19) Statistik deskriptif mampu memberikan gambaran atau suatu deskripsi pada masing-masing variabel yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, sum, *range*, kurtosis, dan *skewness*. Berikut penjelasan mengenai hasil pengujian statistik deskriptif dapat dilihat pada tabel 4.1

Tabel 4.1
Hasil Uji Statistik Deskriptif

	Nilai Perusahaan	Goodwill	Intellectual Capital	Pertumbuhan Penjualan
Mean	95.446	0.3827	3.5115	0.087787
Median	2.4913	0.0000	2.6949	0.077305
Maximum	3821.9	1.0000		
Minimum	37	0	11.7511	1.256597
Std. Dev.	0.0007	0.0000	1.2729	-0.666406
Skewness	512.68	0.4875	2.2977	0.169863
Kurtosis	24	0.4826	2.0676	1.640152
Jarque-Bera	6.0265	1.2329	6.7593	17.50894
Probability	4	27.366	210.8230	1493.571
Sum	9963.1	1	0.0000	0.0000
Sum Sq. Dev.	98	0.0000	568.8667	14.2214
Observations	0.0000	62.000	850.0265	4.6454
	15462.28	0		
	423177.67	38.271		
	162	162	162	162

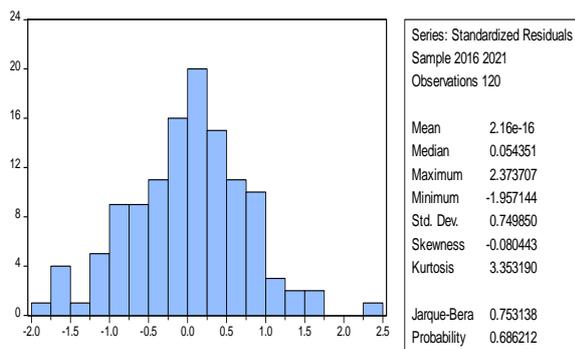
Sumber: Eviews 9 (2022)

Hasil perhitungan statistik deskriptif yang ditunjukkan pada tabel 4.1 diatas menunjukkan bahwa jumlah observasi pada penelitian ini adalah perusahaan barang konsumen primer yaitu sebanyak 162 yang berasal dari 27 perusahaan dengan periode selama tahun 2016-2021. Variabel dependen (Y) pada penelitian ini yaitu nilai pasar perusahaan yang memiliki nilai *mean* sebesar 95.44620, nilai *median* sebesar 2.491351, nilai *maximum* sebesar 3821.937, nilai *minimum* sebesar 0.000794, nilai *standar deviasi* sebesar 512.6824, nilai *skewness* sebesar 6.026574 dan nilai *kurtosis* sebesar 39.47946.

Goodwill (X1) memiliki nilai *mean* sebesar 0.382716, nilai *median* sebesar 0.000000, nilai *maximum* sebesar 1.000000, nilai *minimum* sebesar 0.000000, nilai *standar deviasi* sebesar 0.487557, nilai *skewness* sebesar 0.482600 dan nilai *kurtosis* sebesar 1.232903. *Intellectual Capital* (X2) memiliki nilai *mean* sebesar 3.511523, nilai *median* sebesar 2.694904, nilai *maximum* sebesar 11.75117, nilai *minimum* sebesar 1.272994, nilai *standar deviasi* sebesar 2.297753, nilai *skewness* sebesar 2.067635 dan nilai *kurtosis* sebesar 6.759332. Pertumbuhan Penjualan (X3) memiliki nilai *mean* sebesar 0.087787, nilai *median* sebesar 0.077305, nilai *maximum* sebesar 1.256597, nilai *minimum* sebesar -0.666406, nilai *standar deviasi* sebesar 0.169863, nilai *skewness* sebesar 1.640152 dan nilai *kurtosis* sebesar 17.50894.

Uji Asumsi Klasik
Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan dengan tujuan mengetahui data pada penelitian ini dapat berdistribusi secara normal atau tidak. Suatu model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal (Ghozali, 2018). Maka untuk mengatasi data yang tidak berdistribusi normal dalam penelitian ini perlu dilakukan *treatment* data. Peneliti melakukan penambahan indikator berupa logaritma pada variabel Y dimana dalam hal ini adalah nilai pasar perusahaan. Selain itu, peneliti melakukan penghapusan data *outlier*. Deteksi terhadap data *outlier* dilakukan dengan cara menghapus data ekstrem pada program *evIEWS 9*. Berikut adalah hasil uji normalitas setelah dilakukannya *treatment* yang dapat dilihat pada gambar 4.1 dibawah ini:



Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas Sesudah Treatment

Sumber: *EvIEWS 9* (2022)

Hasil uji normalitas pada gambar 4.1 diatas menunjukkan bahwa nilai *Jarque-Bera* sebesar 0.753138 dan nilai *probability* sebesar 0.686212 serta nilai signifikansi yang digunakan adalah 0.05 sehingga, nilai *probability* lebih besar daripada nilai signifikansi ($0.686212 > 0.05$). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi antar variabel independen dalam model regresi (Ghozali, 2018:107). Model regresi dapat dikatakan baik apabila tidak terjadi korelasi antar variabel independen di dalamnya. Hasil dari uji multikolinearitas pada penelitian ini yang dapat dilihat pada tabel 4.2 sebagai berikut:

Tabel 4.2
Hasil Uji Multikolinearitas

	<i>Goodwill</i>	<i>Intellectual Capital</i>	Pertumbuhan Penjualan
<i>Goodwill</i>	1.000000	0.096885	-0.034337
<i>Intellectual Capital</i>	0.096885	1.000000	0.063337
Pertumbuhan Penjualan	-0.034337	0.063337	1.000000

Sumber: *EvIEWS 9* (2022)

Hasil uji multikolinearitas pada tabel 4.2 diatas, menunjukkan bahwa nilai untuk setiap variabel independen *goodwill* dengan *intellectual capital* dan sebaliknya sebesar 0.096885 dan dengan pertumbuhan penjualan sebesar -0.034337, sementara nilai *intellectual capital* dengan pertumbuhan penjualan dan sebaliknya sebesar 0.063337, hal tersebut menunjukkan bahwa masing-masing variabel independen tidak terdapat nilai koefisien korelasi yang lebih besar dari 0,90 sehingga tidak ditemukan terjadinya multikolinearitas antara variabel independen, dengan demikian nilai korelasi masing-masing variabel < 0,90 maka **H₀ diterima**

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bermaksud untuk menguji apakah terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lainnya dalam model regresi (Ghozali, 2018:137). Model regresi yang baik adalah model yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Dalam penelitian ini,

uji heteroskedastisitas akan dilakukan melalui Uji Harvey. Tingkat signifikan yang digunakan adalah α 0,05 yang lazim digunakan dalam penelitian. Hasil dari uji heteroskedastisitas pada penelitian ini yang dapat dilihat pada tabel 4.3 sebagai berikut:

Tabel 4.3
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedasticity Test: Harvey			
F-statistic	2.6688	Prob. F(3,116)	0.0509
Obs*R-squared	7.7477	Prob. Chi-Square(3)	0.0515
Scaled explained SS	5.7635	Prob. Chi-Square(3)	0.1237

Sumber: Eviews 9 (2022)

Uji Autokorelasi

Menurut pendapat (Ghozali, 2018:111) uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah adanya korelasi antara residual pada periode tertentu dengan residual pada periode sebelumnya dalam model regresi linear. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi dapat dilakukan dengan cara uji *Durbin-Watson* (DW test). Jika nilai DW terletak diantara -2 sampai +2 berarti bebas dari gangguan autokorelasi, sedangkan jika nilai DW terletak dibawah -2 berarti ada autokorelasi positif dan jika nilai DW terletak diatas +2 berarti ada autokorelasi negative (Ghozali, 2018:112). Hasil dari uji autokorelasi pada penelitian ini yang dapat dilihat pada tabel 4.4 sebagai berikut:

Tabel 4.4
Hasil Uji Autokorelasi

Weighted Statistics			
R-squared	0.148922	Mean dependent var	0.290761
Adjusted R-squared	0.126911	S.D. dependent var	0.482014
S.E. of regression	0.450390	Sum squared resid	23.53076
F-statistic	6.765912	Durbin-Watson stat	1.078416
Prob(F-statistic)	0.000303		

Sumber: Eviews 9 (2022)

Hasil uji autokorelasi pada tabel 4.4 dapat dilihat bahwa nilai DW sebesar 1.078416 ada diantara -2 s/d +2 artinya tidak ada autokorelasi dalam penelitian ini.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini digunakan secara bersamaan untuk mengetahui kekuatan antara hubungan 2 variabel atau lebih dan dapat menggambarkan

sejauh mana hubungan variabel dependen dan variabel independen yang digunakan. Variabel dependen pada penelitian ini ialah Nilai Pasar Perusahaan. Persamaan regresi pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.5
Hasil Regresi Data Panel

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.289999	0.254462	1.139657	0.2568
<i>Goodwill</i>	-0.241336	0.243841	0.989727	0.3244
<i>Intellectual Capital</i>	0.296458	0.066372	4.466610	0.0000
Pertumbuhan Penjualan	-0.645891	0.281678	2.293014	0.0236

Sumber: Eviews 9 (2022)

Tabel 4.15 diatas, maka diperoleh persamaan model regresinya sebagai berikut:
 $NP = 0.289999 - 0.241336 + 0.296458 - 0.645891$

Dari persamaan regresi tersebut dapat di simpulkan sebagai berikut:

Nilai konstanta sebesar 0.289999 menunjukkan bahwa jika variabel independen (*goodwill*, *intellectual capital* dan pertumbuhan penjualan) pada observasi ke 1 dan periode ke t maka nilai pasar perusahaan sebesar 0.289999.

Nilai koefisien *goodwill* adalah sebesar -0.241336 yang menunjukkan bahwa jika nilai *goodwill* mengalami kenaikan sebesar 1%, maka nilai pasar perusahaan akan mengalami penurunan sebesar -0.241336.

Nilai koefisien *intellectual capital* adalah sebesar 0.296458 yang menunjukkan bahwa nilai *intellectual capital* mengalami kenaikan sebesar 1%, maka nilai pasar perusahaan akan mengalami kenaikan sebesar 0.296458.

Nilai koefisien nilai pertumbuhan penjualan adalah sebesar -0.645891 yang menunjukkan bahwa nilai pertumbuhan penjualan mengalami kenaikan sebesar 1%, sehingga nilai pasar perusahaan akan mengalami kenaikan sebesar -0.645891.

Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)

Uji Koefisien Determinasi (R^2). Berdasarkan pernyataan (Ghozali, 2018) uji koefisien Determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Pengujian koefisien determinasi (*Adjusted R²*) pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.6 sebagai berikut:

Tabel 4.6
Hasil Koefisien Determinasi

R-squared	0.148922	Mean dependent var	0.290761
Adjusted R-squared	0.126911	S.D. dependent var	0.482014
S.E. of regression	0.450390	Sum squared resid	23.53076
F-statistic	6.765912	Durbin-Watson stat	1.078416
Prob(F-statistic)	0.000303		

Sumber: Eviews 9 (2022)

Hasil uji koefisien determinasi pada tabel 4.16 diatas. *Random Effect Model* (REM) nilai *Adjusted R-Square* adalah 0.126911. Hal tersebut menunjukkan persentase pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Terlihat bahwa nilai *Adjusted R-Square* yaitu 12,69% yang berarti *goodwill*, *intellectual capital* dan pertumbuhan penjualan hanya memiliki porsi pengaruh terhadap nilai pasar perusahaan sebesar 12,69% sedangkan sisanya (100% - 12,69% = 87,31%) dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Pengujian Hipotesis

Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Uji t ini dilakukan untuk menguji apakah suatu hipotesis diterima atau ditolak, dengan melihat probabilitas t hitung, ketika prob < taraf signifikansi 5%, maka dapat disimpulkan pada variabel bebas tersebut signifikan mempengaruhi variabel terikat. Hasil dari uji t pada penelitian ini yang dapat dilihat pada tabel 4.7 sebagai berikut:

Tabel 4.7
Hasil Uji t (Parsial)

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.289999	0.254462	1.139657	0.2568
Goodwill	-0.241336	0.243841	0.989727	0.3244
Intellectual Capital	0.296458	0.066372	4.466610	0.0000
Pertumbuhan Penjualan	-0.645891	0.281678	2.293014	0.0236

Sumber: Eviews 9 (2022)

1. Pengaruh *goodwill* terhadap nilai pasar perusahaan
Goodwill memiliki nilai probabilitas sebesar 0.3244 dimana nilai signifikan < 0.05 atau 0.3244 > 0.05 dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $-0.989727 < 1.665810$. Sehingga H1 ditolak H0 diterima, yang artinya *goodwill* tidak berpengaruh terhadap nilai pasar perusahaan.

2. Pengaruh *intellectual capital* terhadap nilai pasar perusahaan

Intellectual Capital memiliki nilai probabilitas sebesar 0.0000 dimana nilai signifikan < 0.05 atau 0.0000 > 0.05 dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $4.466610 > 1.665810$. Sehingga H1 diterima H0 ditolak, yang artinya kepemilikan *intellectual capital* berpengaruh terhadap nilai pasar perusahaan.

3. Pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap nilai pasar perusahaan

Pertumbuhan Penjualan memiliki nilai probabilitas sebesar 0.0236 dimana nilai signifikan < 0.05 atau 0.0236 > 0.05 dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $-2.293014 < 1.665810$. Sehingga H1 diterima H0 ditolak, yang artinya pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap nilai pasar perusahaan.

Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Apabila nilai prob F < taraf signifikansi 5% maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Hasil dari uji F pada penelitian ini yang dapat dilihat pada tabel 4.8 sebagai berikut:

Tabel 4.8
Hasil Uji F (Simultan)

R-squared	0.148922	Mean dependent var	0.290761
Adjusted R-squared	0.126911	S.D. dependent var	0.482014
S.E. of regression	0.450390	Sum squared resid	23.53076
F-statistic	6.765912	Durbin-Watson stat	1.078416
Prob(F-statistic)	0.000303		

Sumber: Eviews 9 (2022)

Tabel 4.8 di atas dapat dilihat bahwa nilai probabilitas sebesar 0.000303 yang menunjukkan nilai yang lebih kecil dari pada tingkat signifikansi yang telah ditentukan yaitu 0.05 ($0.000303 < 0.05$). Maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen *goodwill*, *intellectual capital* dan pertumbuhan penjualan berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen nilai pasar perusahaan.

Pembahasan Penelitian

Pengaruh Goodwill, Intellectual Capital dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Pasar Perusahaan

Hasil penelitian pada variabel *goodwill*, *intellectual capital* dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai pasar perusahaan. Berdasarkan analisa yang telah dilakukan, diperoleh nilai probabilitas (F-statistic) sebesar 0.000303 atau lebih kecil dari 0,05. Hal ini berarti *goodwill*, *intellectual capital* dan pertumbuhan penjualan secara simultan berpengaruh terhadap nilai pasar perusahaan pada perusahaan barang konsumen primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2021 maka dapat disimpulkan H_1 diterima.

Pengaruh Goodwill Terhadap Nilai Pasar Perusahaan

Hasil penelitian pada variabel *goodwill*. Berdasarkan analisa yang telah dilakukan, menandakan bahwa *goodwill* tidak berpengaruh terhadap nilai pasar perusahaan pada perusahaan barang konsumen primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2016-2021, maka dapat disimpulkan bahwa H_2 ditolak. Hal ini tidak sejalan dengan teori sinyal yang menjabarkan bahwa adanya keterkaitan antara sinyal yang diberikan perusahaan dalam bentuk nilai *goodwill* pada laporan keuangannya. Artinya *goodwill* tidak dapat sepenuhnya dijadikan sebagai bentuk sinyal positif yang diberikan perusahaan kepada para investor mengenai keuntungan atau pendapatan yang lebih baik dimasa mendatang.

Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Yani (2017) dan Ni'mah, dkk (2020) yang menjelaskan bahwa *goodwill* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan kemungkinan disebabkan karena seluruh sampel yang menyajikan adanya informasi nilai *goodwill* umumnya berasal dari hasil merger atau akuisisi, sehingga para investor tidak menganggap bahwa nilai *goodwill* tersebut dapat mewakili nilai perusahaan yang sesungguhnya. Selain itu hal tersebut dapat terjadi dikarenakan informasi dari 70 sampel tidak melaporkan nilai *goodwill* dalam laporan keuangannya sepanjang tahun 2016 hingga 2021. Sementara itu hanya 50 sampel yang melaporkan nilai *goodwill*. Hasil ini tidak selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Syafitri (2020) yang menunjukkan bahwa

goodwill berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Nilai Pasar Perusahaan

Hasil penelitian pada variabel *intellectual capital*. Berdasarkan analisa yang telah dilakukan, menandakan bahwa *intellectual capital* berpengaruh terhadap nilai pasar perusahaan pada perusahaan barang konsumen primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2016-2021, maka dapat disimpulkan bahwa H_3 diterima

Hasil penelitian ini sejalan dengan *resources based theory* yang menyatakan bahwa adanya sumber daya profesional yang hanya dimiliki oleh perusahaan dan dapat dijadikan sebagai sebuah keunggulan bagi perusahaan dalam memenangkan persaingan bisnis khususnya pada perusahaan sektor barang konsumen primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2021.

Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Santiani (2018) dan Yuyetta (2016) hasilnya menunjukkan bahwa *intellectual capital* berpengaruh terhadap nilai pasar perusahaan. Hal tersebut kemungkinan dikarenakan sumber daya (keuangan maupun non keuangan) yang dikelola dengan tepat, produktif dan efisien cenderung dapat menciptakan nilai bagi perusahaan. Hasil penelitian tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Saputra (2018) hasilnya menunjukkan bahwa *intellectual capital* tidak berpengaruh terhadap nilai pasar perusahaan.

Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Pasar Perusahaan

Hasil penelitian pada variabel pertumbuhan penjualan. Berdasarkan analisa yang telah dilakukan, menandakan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap nilai pasar perusahaan pada perusahaan barang konsumen primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2021, maka dapat disimpulkan bahwa H_4 diterima.

Hasil penelitian ini sesuai dengan *stakeholder theory* yang melandasi nilai perusahaan sebab teori ini merumuskan bahwa keberlangsungan suatu perusahaan tergantung pada dukungan dari *stakeholder*. Dengan adanya pertumbuhan penjualan ini memberikan bukti bahwa perusahaan barang konsumen primer yang terdaftar di Bursa Efek

Indonesia periode 2016-2021 merupakan suatu perusahaan yang benar-benar bertumbuh, yang mana pertumbuhan ini dapat dijadikan oleh beberapa pihak yang berkepentingan dalam melihat prospek suatu perusahaan.

Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Sandag (2015) dan Widyawati (2017) hasilnya menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap nilai pasar perusahaan. Hal tersebut kemungkinan dikarenakan adanya suatu pertimbangan dengan melihat data penjualan dimasa lalu, perusahaan dapat mengoptimalkan sumber daya yang ada untuk mengembangkan nilai perusahaan yang ada. Hasil penelitian tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Tamba, dkk (2020) dan Asmawi (2018) hasilnya menunjukan bahwa pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap nilai pasar perusahaan.

5. SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan dalam penelitian ini dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. *Goodwill* tidak berpengaruh terhadap nilai pasar perusahaan (Y) pada perusahaan barang konsumen primer periode 2016-2021. Banyak investor tidak menganggap nilai *goodwill* sebagai nilai perusahaan yang sesungguhnya dan lebih memandang perusahaan pada aset fisiknya
2. *Intellectual Capital* berpengaruh terhadap nilai pasar perusahaan (Y) pada perusahaan barang konsumen primer periode 2016-2021. Hal ini dikarenakan sumber daya (keuangan maupun non keuangan) yang dikelola dengan tepat, produktif dan efisien cenderung dapat menciptakan nilai bagi perusahaan yang mana hal ini dapat menjadi karakteristik yang beda antara perusahaan satu dengan perusahaan lainnya, tentunya hal tersebut menjadi keunggulan bagi perusahaan dalam menarik minat investor.
3. Pertumbuhan Penjualan berpengaruh terhadap nilai pasar perusahaan (Y) pada perusahaan barang konsumen primer periode 2016-2021. Hal ini karena adanya suatu pertimbangan investor dengan melihat data penjualan dimasa lalu, perusahaan dapat mengoptimalkan sumber daya yang ada untuk mengembangkan nilai

perusahaan, selain itu para investor akan memilih tempat mereka berinvestasi berdasarkan pada tingkat pengembalian atas investasi yang telah dilakukannya.

Saran

Penelitian mengenai nilai pasar perusahaan di masa yang akan datang diharapkan dapat mewujudkan hasil yang lebih baik dari sekarang dengan mempertimbangkan beberapa saran sebagai berikut:

Penelitian berikutnya diharapkan dapat meneliti lebih dalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi nilai pasar perusahaan, dapat menggunakan variabel independen yang berbeda dari penelitian sebelumnya, yang diperkirakan berhubungan dengan nilai pasar perusahaan.

Selain itu penelitian berikutnya diharapkan dapat memperluas penelitian dengan menambahkan jumlah sampel tidak hanya terfokus pada perusahaan barang konsumen primer saja sehingga dapat diperoleh hasil penelitian dengan tingkat generalisasi yang lebih tinggi. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan model atau proksi lain yang dianggap lebih baik dalam mempengaruhi naik turunnya nilai pasar perusahaan pada suatu perusahaan.

6. DAFTAR PUSTAKA (REFERENSI)

- Agustiana, D. E. (2020). Pengaruh *Intellectual Capital* terhadap kinerja keuangan dan nilai pasar perusahaan. *Universitas Muhammadiyah Gresik* .
- Akbar, Z., Irawati, W., Wulandari, R., & Barli, H. (2020). Analisis Profitabilitas, *Leverage*, Pertumbuhan Penjualan Dan Kepemilikan Keluarga Terhadap Penghindaran Pajak. *Jurnal Akuntansi Kajian Ilmiah Akuntansi Vol 7(2)*, 190-199.
- Anjani, F. M. (2021). Pengaruh *Cash Holding* dan *Intellectual Capital* Terhadap Nilai Perusahaan (Studi empiris pada Perusahaan Manufaktur Subsektor *Food and Beverage* yang terdapat di

- Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2020).
- Asmawi, A. R. (2018). Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan, Dan *Good Corporate Governance* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Universitas Islam Indonesia*.
- Basuki, A. T., & Prawoto, N. (2017). *Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi & Bisnis*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Cahyani, A. (2021). Pengaruh Perencanaan Pajak Dan Modal Intelektual Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Pemoderasi (Studi Empiris Perusahaan Barang Konsumsi Yang Terdaftar di BEI Periode 2016-2019).
- Dhani, I. P., & Utama, A. G. (2017). Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Struktur Modal, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Modal, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Airlangga Vol 2(1)*, 135-148.
- Elisa, S. N., & Amanah, L. (2021). Pengaruh Kinerja Keuangan, Ukuran Perusahaan Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi Vol 10(7)*, 1-20.
- Fadhilah, R. (2014). Pengaruh *Good Corporate Governance* Terhadap *Tax Avoidance* (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI 2009-2011). *Jurnal Akuntansi Vol 2(1)*, 1-22.
- Ghozali, I. (2018). *Analisis Multivariat Dan Ekonometrika*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Herawati, L. N. (2017). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Pertumbuhan Penjualan Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Yang Terdaftar Dalam Indeks LQ45.
- Husni, L. (2020). Pengaruh Struktur Aset Dan Loyalitas Investor Terhadap Kinerja Perusahaan Dengan *Goodwill* Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris Pada Perusahaan Plastik dan Kemasan Yang Terdaftar di BEI Periode 2015-2019). *Universitas Gunung Rinjani*, 1-75.
- Ibrahim, S. A. (2021). Pengaruh Kinerja Keuangan, Kepemilikan Manajerial Dan Modal Intelektual Terhadap Nilai Perusahaan (Studi empiris pada perusahaan Subsektor Logam dan Sejenisnya yang terdaftar di BEI thun 2015-2020).
- Imaningati, S., & Sari, N. (2015). Pengaruh *Goodwill*, *Research And Development (RnD)* Dan *Intellectual Capital* Terhadap Nilai Pasar Perusahaan. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi*, 1-120.
- Karewur, S. J. (2016). Deteksi Analisis Efisiensi Modal Kerja Dengan Pendekatan Teori Sinyal. *Jurnal Perilaku Dan Strategi Bisnis Vol 4(1)*, 37-43.
- Khopipah, N. (2022). Pengaruh *Intellectual Capital*, Agresivitas Pajak Dan Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Properti, *Real estate* dan Kontruksi Bangunan yang terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2020).
- Laurensia, T., & Hatane, S. E. (2015). Pengaruh *Intellectual Capital* Dalam Kinerja Keuangan Dan Nilai

- Perusahaan real. *Business Accounting Review Vol 3(1)*, 33-44.
- Limbong, D. T. (2016). Analisis Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Penjualan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Perusahaan Real Estate Dan Properti Yang Terdaftar di BEI Tahun 2010-2014). *UNIVERSITAS DIPONEGORO*, 1-18.
- Lori, P. W. (2021). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Kebijakan Dividen dan Agresivitas Pajak Terhadap Nilai Perusahaan.
- Mandalika, A. (2016). Pengaruh Struktur Aktiva, Struktur Moal, Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Publik Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Studi Pada Sektor Otomotif). *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi Vol16(1)*, 207-218.
- Manggale, N., & Widyawati, D. (2021). Pengaruh *Return On Equity, Leverage*, Ukuran Perusahaan, Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi Vol 10(1)*, 1-22.
- Ni'mah, H., Syarifah, N. I., Khoirunnisa, P., & Azizah, S. K. (2020). Pengaruh *Goodwill, Intellectual Capital* Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Pasar Perusahaan. *Humanities, Manaement and Science Proceedings 1(2)*.
- Pantow, M. S., Murni, S., & Trang, I. (2015). Analisa Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, *Return On Asset*, Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Yang Tercatat di Indeks LQ 45. *Jurnal EMBA Vol 3(1)*, 961-971.
- Prastika, A. (2018). Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan. *Universitas Muhammadiyah Purwokerto*.
- Pratiwi, M. (2021). Pengaruh *Intellectual Capital*, Arus Kas Dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai perusahaan (Studi empiris pada perusahaan subsektor properti dan real estate yang terdaftar di bursa efek indonesia tahun 2015-2020. 3-5.
- Ratnasari, S., Tahwin, M., & Sari, D. A. (2017). Pengaruh Keputusan Investasi, Keputusan Pendanaan, Kebijakan Dividen Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Buletin Bisnis & Manajemen Vol 3(1)*, 80-94.
- Salempang, L. E., Sondakh, J. J., & Pusung, R. J. (2016). Pengaruh *Return On Asset, Debt To Equity* Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sektor Real Estate Dan Property Yang Terdaftar di BEI Tahun 2013-2014. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi Vol 16(3)*, 813-824.
- Sandag, N. J. (2015). Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, *Return On Asset* Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Yang Tercatat Pada Indeks LQ 45.
- Santiani, N. P. (2018). Pengaruh *Intellectual Capital* dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Volume 13(2)*, 69-78.
- Saputra, W. S. (2018). Pengaruh *Corporate Governance, Corporate Social*

- Responsibility Dan Intellectual Capital Terhadap Nilai Perusahaan. National Conference of Creative Industry: Sustainable Tourism Industry for Economic Development*, 1034-1050.
- Sari, D. W. (2019). Pengaruh Aset Tidak Berwujud, Biaya *Research and Development*, *Intellectual Capital* Terhadap Nilai Pasar Perusahaan Dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Mediasi.
- Septia, E. R. (2018). Pengaruh *Intellectual Capital* Terhadap Nilai Perusahaan (Studi empiris pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2014-2016). *Jurnal Akuntansi Vol 6(2)*, 1-14.
- Sugiyanto, & Setiawan, T. (2019). Pengaruh Likuiditas, Profitabilitas Dan *Good Corporate Governance* Terhadap Nilai Perusahaan. *Prosiding Seminar Nasional HUMANIS 7(12)*, 472-490.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Syafitri, N. (2020). Pengaruh *Goodwill, Research And Development Growth Opportunity* Dan Transaksi Pihak Berelasi Terhadap Nilai Perusahaan Dengan *Good Corporate Governance* Sebagai Variabel Moderasi. *Fakultas Ekonomi dan Bisnis uin jakarta*.
- Tamba, E. C., Pandiangan, L., Ginting, R. N., & Sitepu, W. R. (2020). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas, Likuiditas dan Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur di BEI. *Riset dan Jurnal Akuntansi Vol 4 No 2*, 485-493.
- Widyawati, B. F. (2017). Pengaruh Kebijakan Dividen, Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi Vol 6(5)*, 2051-2070.
- Yani, F. (2017). Pengaruh *Goodwill* dan Aset Tidak Berwujud Lainnya Pada Nilai Perusahaan. *Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*.
- Yozana, C. D. (2017). Pengaruh *Residual Income, Capital Expenditures Dan Net Operating Asset* Terhadap *Goodwill* Pada Perusahaan Pengakuisisi di Indonesia Periode 2010-2016. *Jurnal Akuntansi STIE Indonesia Banking School*.
- Yuyetta, A. C. (2016). Pengaruh *Intellectual Capital* Terhadap Nilai Pasar dan Kinerja Keuangan Perusahaan. *DIPONEGORO JOURNAL OF ACCOUNTING Vol. 5(2)*, 1-10.
- Zahra, M., Wulandari, R., & Syafrizal. (2018). *The Influence Of Managerial Ownership, Earnings Management, Intellectual Capital, And Tax Aggressiveness To Firm Value*. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Fakultas Ekonomi Vol 4(1)*, 19-28.