

**Analisis Pengaruh *Leverage* dan Profitabilitas Terhadap  
Nilai Perusahaan dengan *Intellectual Capital* sebagai  
Variabel Moderasi**

**(Pada Perusahaan Manufactur Sektor Produksi Konsumsi yang Terdaftar  
Pada Bursa Efek Indonesia Periode 2019 - 2022).**

**Skripsi  
Untuk Memenuhi Sebagai Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana S-1**



Disusun oleh :

**Muhamad Masidur Risky  
30401900379**

**FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG  
SEMARANG  
2024**

## Penelitian Untuk Skripsi

### **Analisis Pengaruh *Leverage* dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan *Intellectual Capital* sebagai Variabel Moderasi** (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufactur Sektor Produksi Konsumsi yang Terdaftar Pada Bursa Efek Indonesia Periode 2019 - 2022).

**Disusun Oleh:**

**Muhamad Masidur Risky**

Telah disetujui oleh pembimbing dan selanjutnya dapat diajukan dihadapan sidang panitia ujian usulan penelitian Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Semarang, 09 Februari 2024

Pembimbing

DR. SRI HARTONO, SE., M.SI

NIK. 210495037

**HALAMAN PENGESAHAN**

**SKRIPSI**

**Analissi Pengaruh *Leverage* dan *Profitabilitas* Terhadap Nilai Perusahaan dengan *Intellectual Capital* sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Produksi Konsumsi yang Terdaftar Pada Bursa Efek Indonesia Periode 2019 – 2022)**

**Disusun Oleh:  
Muhammad Masidur Risky  
Nim: 30401900379**

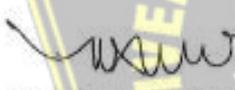
Telah dipertahankan di depan penguji  
pada tanggal 15 Febuari 2024

**Susunan Dewan Penguji**

Semarang 15 Februari 2024

Pembimbing

Dosen Penguji 1

  
Dr. Sri Hartono, S.E., M.Si  
NIK.210495037

  
Prof. Dr. Ibnu Khajar, S.E., M.Si  
NIK.210491028

Dosen Penguji 2

  
Dr. Bambang Joko Setyo Utomo, M.M  
NIK.210491028

Skripsi ini telah diterima salah satu persyaratan untuk memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi Tanggal 15 Februari 2024

Ketua Program Studi



  
Dr. Luthfi Nurcholis, S.T., S.E., M.M.  
NIK.210416055

## KEASLIAN SKRIPSI

Nama : Muhamad Masidur Risky  
NIM : 30401900379  
Program studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi  
Universitas : Universitas Islam Sultan Agung

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul “**Analisis Pengaruh *Leverage*, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan *Intellectual Capital* Sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufactur Sektor Produksi Konsumsi Yang Terdaftar Pada Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2020**” merupakan karya peneliti sendiri dan tidak ada unsur plagiarism dengan cara yang tidak sesuai etika atau tradisi keilmuan. Peneliti siap menerima sanksi apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran etika akademik dalam proposal penelitian ini

Semarang, 15 Februari 2024

Yang menyatakan,



**Muhamad Masidur Risky**  
**NIM. 30401900379**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan dan diberi kemudahan dalam menyelesaikan usulan skripsi ini yang berjudul **“Analisis Pengaruh Leverage, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan Intellectual Capital Sebagai Variabel Moderasi (Pada Perusahaan Manufactur Sektor Produksi Konsumsi Yang Terdaftar Pada Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2022”** dengan baik tanpa halangan apapun.

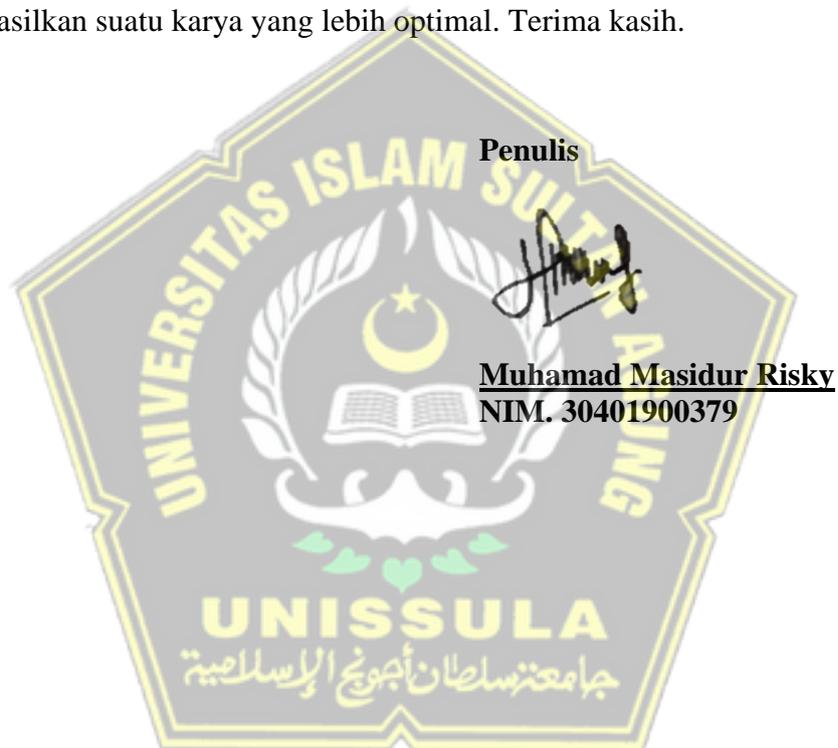
Sholawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Baginda Rasulullah Muhammad SAW, penelitian ini merupakan salah satu syarat dalam menyelesaikan Program S-1 Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang. Dalam proses penyusunan usulan skripsi ini, penulis sangat menyadari tanpa bimbingan, motivasi dan ilmu dari berbagai pihak, penulis tidak akan mampu menyusun usulan skripsi ini dengan baik dan benar, untuk itu dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Prof Hj Olivia Fachrunnisa, SE, M.Si., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
2. Bapak Dr. H Ardian Adhiatma, SE, MM. Selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
3. Bapak Dr. Sri Hartono SE., M.SI. selaku Dosen Pembimbing yang telah berkenan meluangkan waktu, tenaga dan pikiran serta memberikan bimbingan, pengarahan, dan dukungan kepada penulis dalam penyusunan usulan skripsi.
4. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung, yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan sebagai dasar penulisan skripsi.
5. Orang Tua, serta segenap keluarga penulis yang telah memberikan semangat, bantuan materil maupun non materil, serta dukungan kepada penulis.
6. Teman – teman Manajemen kelas transfer Universitas Islam Sultan Agung Semarang terutama angkatan 2019.

7. Semua pihak yang telah membantu dan mendukung dalam penulisan usulan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwasannya dalam penelitian ini tentunya masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun guna perubahan yang lebih baik.

Akhir kata penulis berharap semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi kita semua khususnya bagi Program Studi Manajemen Universitas Islam Sultan Agung Semarang dan memberikan inspirasi pengembangan yang lebih baik untuk menghasilkan suatu karya yang lebih optimal. Terima kasih.



## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Leverage* dan Profitabilitas terhadap nilai Perusahaan dengan *Intellectual Capital* sebagai variabel Moderasi pada perusahaan Manufaktur Sektor Produksi dan Konsumsi yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia periode 2019-2022. Sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 20 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik purposive sampling dengan kriteria sampel yang ditetapkan yaitu Perusahaan manufaktur yang menyajikan laporan keuangan secara berturut – turut dari tahun (2019 – 2022). Teknik Pengujian data yang digunakan adalah *Statistical Product and Service Solution* (SPSS). Hasil pengujian menunjukkan bahwa *Leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai Perusahaan, Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai Perusahaan, *Intellectual Capital* tidak dapat memoderasi pengaruh hubungan *Leverage* terhadap nilai Perusahaan, *Intellectual Capital* dapat memoderasi pengaruh Profitabilitas terhadap nilai Perusahaan.

**Kata Kunci :** *Leverage*, Profitabilitas, Nilai Perusahaan, *Intellectual Capital*

## ABSTRACT

*This study aims to find out the influence of Leverage and Profitability on the value of Companies with Intellectual Capital as a Moderation variable on manufacturing companies of the Production and Consumption Sector listed on the Indonesia Stock Exchange for the 2019-2022 period. The samples used in this study were 20 manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange. The sampling technique used in this study is a purposive sampling technique with established sample criteria, namely Manufacturing Companies that provide profit reports successively – along with those from 2019 to 2022. The data testing technique used is the Statistical Product and Service Solution (SPSS). Test results show that Leverage has a positive and significant effect on Corporate value, Profitability has a positive and significant effect on Corporate value, Intellectual Capital cannot modulate the effect of Leverage's relationship on Corporate value, Intellectual Capital can modulate the effect of Profitability on the value of the Company.*

*Keywords: Leverage, Profitability, Corporate Value, Intellectual Capital*

## DAFTAR ISI

SAMPUL.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	7
1.3. Tujuan Penelitian.....	8
1.4. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	10
2.1 Variabel-variabel Penelitian.....	10
2.1.1. Nilai Perusahaan.....	10
2.1.2. Profitabilitas.....	11
2.1.3. Leverage.....	15
2.1.4. Intellectual Capital.....	17
2.2 Pengembangan Hipotesis.....	18
2.2.1 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan.....	18
2.2.2 Pengaruh Leverage Terhadap Nilai Perusahaan.....	19
2.2.3 Pengaruh Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Dimoderasi Intellectual Capital.....	20
2.2.4 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dimoderasi Intellectual Capital.....	22
2.3 Model Empirik.....	23
2.4 Kerangka penelitian.....	24
BAB III METODE PENELITIAN.....	25

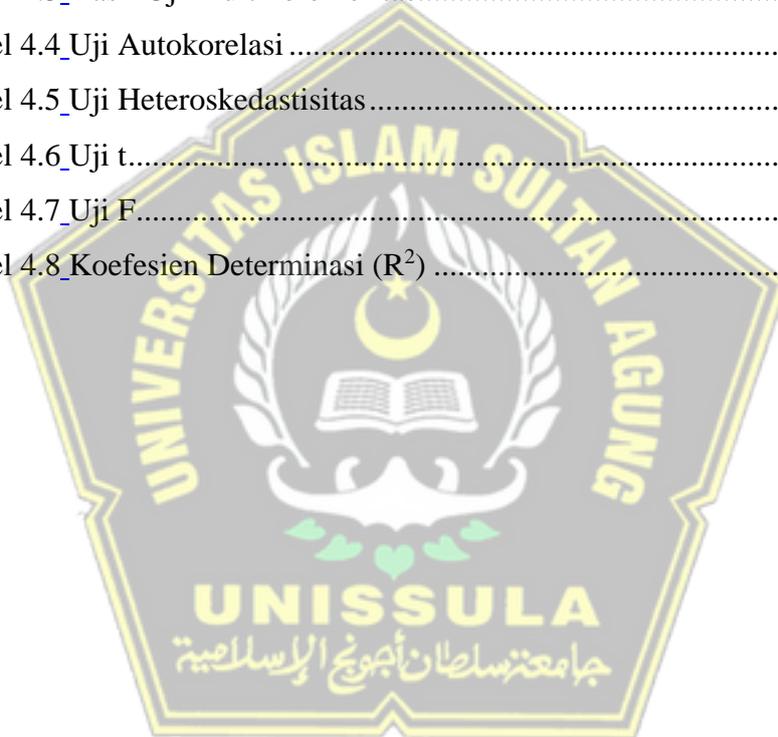
3.1. Jenis Penelitian.....	25
3.2. Populasi dan Sampel.....	25
3.2.1 Populasi.....	25
3.2.2 Sampel.....	26
3.3. Sumber dan Jenis data.....	26
3.3.1 Data Primer.....	26
3.3.2 Data Sekunder.....	27
3.4. Metode Pengumpulan Data.....	27
3.5. Variabel, Definisi Operasional, Indikator.....	28
3.5.1 Variabel.....	28
3.5.2 Definisi Operasional Variabel.....	28
3.6. Teknik Analisis Data.....	32
3.6.1 Analisis Deskriptif.....	32
3.6.2 Asumsi Klasik.....	33
3.7. Analisis Data.....	35
3.7.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	35
3.7.2 Pengujian Hipotesis.....	36
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>39</b>
4.1. Deskripsi Hasil Penelitian.....	39
4.2. Analisis Data.....	39
4.3. Uji Normalitas.....	41
4.4. Uji Multikolonieritas.....	42
4.5. Uji Autokorelasi.....	43
4.6. Uji Heteroskedastisitas.....	43
4.7. Analisis Regresi Linier Berganda.....	44
4.7.1. Uji Parsial (Uji t).....	44
4.7.2. Uji Simultan F.....	47
4.7.3. Uji Koefisien Determinasi.....	48
4.8. Pembahasan Hasil Penelitian.....	49
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>53</b>

5.1 Kesimpulan .....	53
5.2 Saran.....	54
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	54
5.4 Agenda Penelitian Selanjutnya .....	55
DAFTAR PUSTAKA.....	56
LAMPIRAN	



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Perkembangan Indeks Harga Saham Gabungan di Indonesia Tahun 2016-2020 (poin).....	3
Tabel 1. 2 Research Gap.....	6
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel.....	31
Tabel 4.1 Descriptive Statistics.....	40
Tabel 4.2 Hasil Uji Normalitas.....	41
Tabel 4.3 Hasil Uji Multikolonieritas.....	42
Tabel 4.4 Uji Autokorelasi.....	43
Tabel 4.5 Uji Heteroskedastisitas.....	44
Tabel 4.6 Uji t.....	45
Tabel 4.7 Uji F.....	48
Tabel 4.8 Koefesien Determinasi ( $R^2$ ).....	48



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Empirik ..... 24



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Perkembangan dunia semakin meningkat, tidak hanya dari sudut teknologi namun dari segi perekonomian juga semakin meningkat, banyak sekali para karyawan atau pekerja yang memutuskan untuk membuat suatu usaha atau mendirikan perusahaan baik itu secara independen ataupun bergabung dengan orang lainnya. Namun perlu diketahui sebelumnya mendirikan suatu perusahaan tidak hanya memiliki modal yang besar, karyawan yang cukup dan sumber daya manusia yang memadai. Sebelum memantapkan untuk mendirikan perusahaan, seorang pendiri haruslah faham betul dengan tujuan mereka mendirikan perusahaan, tujuan perusahaan itu akan dibawa kemana dan bertahan seberapa lama.

Salah satu tujuan mendirikan perusahaan yaitu untuk memiliki nilai perusahaan yang baik dan tinggi. Banyak tujuan yang memang harus dipenuhi namun di era yang semakin kompetitif seperti saat ini, menjaga bahkan meningkatkan nilai perusahaan merupakan suatu tantangan untuk bertahan di industri saat ini. Apalagi dapat kita ketahui di era yang semakin sulit seperti saat ini rival kita tidak hanya perusahaan dalam negeri melainkan perusahaan luar negeri pun menjadi rival kita untuk bertahan dan mempertahankan keberlangsungan perusahaan. Adanya pasar bebas dan globalisasi membuat perusahaan harus dituntut untuk merencanakan sebuah

strategi untuk meningkatkan nilai suatu perusahaan (Ashari et al., 2017).

Perusahaan yang terbentuk tentunya memiliki sebuah tujuan yang ditetapkan, diluar dari nilai perusahaan yang baik, suatu perusahaan harus menjalin hubungan yang baik dengan orang-orang yang memiliki kepentingan yaitu semua stakeholder. Para pemilik perusahaan, manager dan lainnya memiliki tujuan untuk meningkatkan nilai perusahaan. Sebab tingkat kesejahteraan stakeholder dapat dilihat dari nilai perusahaan yang terus meningkat, selain menjadi tujuan suatu perusahaan, nilai perusahaan juga menjadi tujuan jangka panjang bagi sebuah perusahaan (Hari,2019).

Perusahaan yang menetapkan nilai perusahaan sebagai tujuan jangka panjang, pastinya sudah mempertimbangkan manfaat yang di dapatkan, semakin tingginya nilai perusahaan dapat mempengaruhi berbagai hal misalnya mudah nya akses untuk memperoleh pembiayaan dari pasar modal ataupun lembaga keuangan, serta perusahaan bisa mendapatkan harga jual yang tinggi ketika sewaktu-waktu perusahaan dijual atau di merger (Valentina & Agustin, 2020). Nilai perusahaan sendiri merupakan nilai yang menggambarkan persepsi investor terhadap emiten tertentu, sehingga nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap perusahaan yang selalu dikaitkan dengan harga saham. Nilai perusahaan dapat dilihat dari sudut pandang nilai saham yang bersangkutan dan sudut pandang manajemen, dimana nilai perusahaan saat ini sangat tergantung pada nilai manajernya.

Menurut Komarudin (2016), nilai saham dapat digunakan oleh investor untuk melihat prospek suatu perusahaan. Lebih lanjut Hikmah et al.

(2019) menjelaskan bahwa kestabilan nilai saham perusahaan dipengaruhi oleh adanya inflasi. Menurut Tandelilin dalam Darmawan dan Yasa (2022), kenaikan inflasi akan menurunkan kepercayaan investor terhadap kondisi pasar modal. Hal tersebut mengakibatkan para investor menarik dananya sehingga nilai saham menurun. Prasetyorini (2013) mengungkapkan bahwa nilai perusahaan tercemrin dari harga saham yang stabil yang dalam jangka panjang mengalami kenaikan, semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi pula nilai perusahaan.

**Tabel 1. 1 Perkembangan Indeks Harga Saham Gabungan di Indonesia Tahun 2016-2020 (poin)**

<b>Tahun</b>	<b>IHSG Akhir Tahun</b>	<b>Perubahan</b>
2016	5.296,71	703,7
2017	6.355,65	1.058,94
2018	6.194,50	-161,15
2019	6.299,54	105,05
2020	5.979,07	-320,47

*Sumber: Bursa Efek Indonesia, 2020*

Tabel 1 menunjukkan perkembangan indeks harga saham gabungan di Indonesia dalam kurun waktu tahun terakhir. Pada tahun 2020 terjadi penurunan mencapai angka -320,47 poin. Hal ini terjadi karena penyebab utamanya ialah virus corona baru atau covid-19. Pandemi Covid-19 bukan hanya mempengaruhi kesehatan warga Dunia wabah ini ikut menggerus perekonomian global dan merambat hingga ke Indonesia. Covid-19 juga berdampak kepada penurunan Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) yang

akhirnya terjun bebas. Semua berada di luar prediksi dan bukan hal yang mudah untuk dikendalikan. Sebelum konfirmasi COVID-19 pertama di Indonesia, IHSG berada pada level 6.244 (24 Jan) melemah ke 5.942 (20 Feb) dan terkoreksi lagi ke level 5.361 (2 Maret). Pada 12 Maret, saat WHO mengumumkan pandemi, IHSG jatuh 4,2 persen menjadi 4.937 ketika sesi Kamis dibuka, yang merupakan level yang tidak pernah terjadi selama hampir empat tahun terakhir. Pada 13 Maret, perdagangan saham dihentikan untuk pertama kalinya sejak 2008 karena pandemi Covid-19.

Nilai perusahaan merupakan sesuatu hal yang penting bagi perusahaan, adanya kasus Covid-19 saat ini jelas sangat mempengaruhi nilai perusahaan, hal itu berdampak bagi semua sistem perusahaan. dengan melihat keadaan yang seperti ini, banyak perusahaan yang mengalami penurunan pendapatan yang didapat yang mana tidak seperti pendapatan di tahun sebelumnya. Ada beberapa peran penting yang harus dilakukan oleh perusahaan salah satunya dengan strategi yang tepat untuk menyikapi keadaan saat ini, salah satunya yaitu intellectual capital merupakan landasan bagi perusahaan untuk berkembang dan mencari strategi agar bisa mengatasi kendala saat ini (Isvara et al., 2017).

Seiring berjalannya waktu jika melihat keadaan Negara yang sedang mengalami krisis yang diakibatkan oleh Covid-19, perusahaan harus memperhatikan ekonomi yang berbasis dengan ilmu pengetahuan dengan penerapan manajemen pengetahuan, kemakmuran suatu perusahaan akan bergantung pada suatu pencipta transformasi dan kapitalisasi dari

pengetahuan itu sendiri. Untuk mencapai tujuan tersebut perusahaan harus dituntut meningkatkan sumber daya perusahaan. Meningkatnya kasus Covid-19 yang merupakan faktor eksternal dari suatu perusahaan, nilai perusahaan juga dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor.

Faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan salah satunya yaitu leverage dan Profitabilitas. Leverage merupakan rasio yang dipakai untuk mengukur hutang dengan ekuitas. Rasio ini dihitung dengan cara membandingkan antara seluruh hutang, termasuk hutang lancar, dengan seluruh ekuitas perusahaan (Jibrina *et al.*, 2020).

Leverage mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan (Muhammad & Novrys, 2017). Kemudian penelitian lain dilakukan oleh Nia (2017) yang menyatakan bahwa *leverage* tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Penelitian lain juga dilakukan oleh Hizkia *et al.*, (2018) menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Eka *et al.*, (2019) menyatakan bahwa *leverage* tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Penelitian lain yang memiliki kaitan dengan penelitian saat ini yaitu Himawan & Widiastuti (2021) meneliti tentang *leverage* terhadap *intellectual capital*, yang menyatakan bahwa *leverage* memiliki pengaruh terhadap *intellectual capital*.

Faktor selanjutnya yaitu profitabilitas, merupakan prestasi yang telah dicapai oleh manajemen dalam menjalankan fungsinya, profitabilitas juga dapat dikatakan sebagai rasio yang digunakan untuk mengetahui sampai

mana tingkat keberhasilan suatu perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Dhani & Utama (2017) meneliti tentang pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dimana hasil dari penelitian itu menyatakan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Nila & Suryanawa (2018) meneliti hal yang sama yaitu profitabilitasterhadap nilai perusahaan hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa profitabilitas tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

**Tabel 1. 2 Research Gap**

Variabel Dependen	Variabel Independen	Peneliti					
		Muhammad & Novrys,2017	Nia (2017)	Dhani & Utama ( 2017 )	Nila & Suryanawa ( 2018 )	Eka et al.,(2019)	Himawan &Widiastuti ( 2021)
Nilai Perusahaan	<i>Leverage</i>	B				TB	
	Profitabilitas			B	TB		
	<i>Intellectual Capital</i>						B

Keterangan :

B = Berpengaruh

TB = Tidak Berpengaruh

Penelitian ini mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Eka *et al.*, untuk meneliti ulang mengenai nilai perusahaan dan menambahkan variabel moderating sebagai sarana pembuktian apakah leverage tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Dalam penelitian ini menambahkan variabel intellectual capital, peneliti memilih variabel ini karena melihat banyaknya kasus yang merebak mengenai Covid-19 perusahaan harus meniyasati dan mempunyai ide – ide atau informasi pengetahuan yang

penting untuk menanggulangi ancaman tersebut sehingga nilai perusahaan tetap stabil, *intellectual capital* merupakan aset tidak berwujud yang harus dimiliki oleh suatu perusahaan untuk menciptakan inovasi baru demi mempertahankan nilai perusahaan yang baik. Penelitian ini juga terdapat perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh Eka *et al.*, (2020), penelitian sebelumnya menggunakan sektor manufaktur sebagai populasinya namun untuk penelitian ini membuat populasi lebih spesifik menjadi perusahaan manufaktur dengan sektor konsumsi, dan didapatkan Peran *Intellectual capital* dalam memoderasi pengaruh Leverage, Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Produksi Konsumsi Yang Terdaftar Pada Bursa Efek Indonesia Periode 2019 - 2022)".

## 1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan bahwa nilai perusahaan sangatlah penting bagi suatu perusahaan, hal yang akan dilihat investor sebab tingkat kesejahteraan perusahaan dapat dilihat dari nilai perusahaan yang terus meningkat, selain menjadi tujuan suatu perusahaan nilai perusahaan juga menjadi tujuan jangka panjang bagi sebuah perusahaan (Hari, 2019). oleh sebab itu timbulah permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan ?
2. Bagaimana pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan ?
3. Bagaimana pengaruh *intellectual capital* memoderasi *leverage*

terhadap nilai perusahaan?

4. Bagaimana pengaruh *intellectual capital* memoderasi *Profitabilitas* terhadap nilai perusahaan?

### 1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian adalah

1. Mengetahui pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan
2. Mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan
3. Mengetahui pengaruh *intellectual capital* memoderasi *leverage* terhadap nilai perusahaan
4. Mengetahui pengaruh *intellectual capital* memoderasi *Profitabilitas* terhadap nilai perusahaan

### 1.4. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini bermanfaat untuk memberikan pengetahuan tentang analisis laporan keuangan perusahaan terkait Leverage, Profitabilitas, Intellectual Capital dan Nilai Perusahaan pada perusahaan Manufactur sector produksi konsumsi yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI).

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran serta informasi tentang laporan keuangan untuk menilai kinerja perusahaan yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) sector produksi konsumsi serta

menambah pengetahuan bagi mahasiswa.



## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### 2.1 Variabel-variabel Penelitian

##### 2.1.1. Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan adalah kinerja perusahaan yang dicerminkan oleh harga saham yang dibentuk oleh permintaan dan penawaran pasar modal yang merflesikan penilaian masyarakat terhadap kinerja perusahaan. Nilai perusahaan sangat penting karena dengan nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran saham Brigham dan Gapenski (1996) dalam Edo et al (2019) Harga saham yang semakin tinggi akan mempengaruhi tingginya nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang terus meningkat dapat menarik para investor untuk menambahkan modalnya diperusahaan tersebut. Menurut Sudana (2011) dalam Slamet *et al.*, (2019) rasio penilaian adalah suatu rasio yang terkait dengan penilaian kinerja saham perusahaan yang telah diperdagangkan di pasar modal (*go public*). Dalam pengambilan keputusan keuangan memang suatu perusahaan harus memperhatikan nilai perusahaan. Seorang manajer keuangan harus pandai mengambil keputusan yang tepat dalam membuat suatu kebijakan keuangan. Keputusan ke tangan yang tepat akan mempengaruhi kesejahteraan perusahaan dan kemakmuran perusahaan.

Nilai perusahaan juga dapat dikatakan sebagai harga yang yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila Perusahaan tersebut dijual.

Nilai perusahaan akan dijadikan sebagai suatu ukuran keberhasilan manajemen perusahaan sehingga dapat meningkatkan kepercayaan bagi pemegang saham. Nilai perusahaan akan tercermin dari harga saham yang terlihat di pasar modal (Gusti dan Putu, 2019). Menurut Weston & Copeland (2010) dalam bukunya Silvia Indrarini (2019) menjelaskan bahwa pengukuran nilai perusahaan dapat dilakukan dengan menggunakan rasio penilaian atau rasio pasar. Rasio penilaian merupakan ukuran kinerja yang paling menyeluruh untuk suatu perusahaan yaitu dengan menggunakan, *price to book value* (PBV) perbandingan antara harga saham dengan nilai buku perusahaan. Menurut Arif Sugiono (2016) Perusahaan yang memiliki manajemen baik maka diharapkan PBV dari perusahaan setidaknya 1 atau diatas dari nilai buku (*overvalued*), dan jika angka PBV dibawah 1 maka dapat dipastikan bahwa harga pasar saham tersebut lebih rendah dari pada nilai bukunya (*undervalued*). Menurut Buddy Setianto (2016) PBV yang rendah mengindikasikan adanya penurunan kualitas dan kinerja fundamental emiten yang bersangkutan.

Kesimpulannya adalah Nilai Perusahaan merupakan harga yang akan dibeli oleh pihak investor dan sebagai alat ukur keberhasilan manajemen perusahaan untuk meningkatkan kepercayaan bagi pemegang saham.

### **2.1.2. Profitabilitas**

*Return on assets* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur pengembalian atas total aktiva setelah bunga dan pajak, hasil pengembalian

total aktiva atau total investasi menunjukkan kinerja manajemen dalam menggunakan aktiva perusahaan untuk menghasilkan laba. Perusahaan menngharapkan adanya hasil pengembalian yang sebanding dengan dana yang digunakan (Panca *et al.*, 2016).

Profitabilits termasuk dari ROA atau *return on assets*, biasanya juga di sebut dengan rasio rentabilitas ekonomi (rasio RE), dan *rate of return on investment* (ROI) Rentabilitas ekonomi adalah perbandingan antara laba bersih sesudah pajak dengan total kativa yang dipergunakan untuk menghasilkan laba tersebut dan dinyatakan dalam prosentase (Sunyoto, 2013 dalam Panca *et al.*, 2016). Profitabilits termasuk dari ROA atau *return on assets*, biasanya juga di sebut dengan rasio rentabilitasekonomi (rasio RE), dan *rate of return on investment* (ROI) Rentabilitas ekonomi adalah perbandingan antara laba bersih sesudah pajak dengan total kativa yang dipergunakan untuk menghasilkan laba tersebut dan dinyatakan dalam prosentase (Sunyoto, 2013 dalam Panca *et al.*, 2016).

Menurut Denda (2003) dalam Priska *et al.*,(2019) rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan manajemen dalam memperoleh keuntungan dan laba secara keseluruhan Semakin besar ROA, semakin besar pula tingkat keuntungan yang dicapai oleh perusahaan tersebut dan semakin baik pula posis perusahaan tersebut dari segi penggunaan asset. Indikator yang digunakan untuk mengukur profitabilitas menurut Mamduh M Hanafi dan Abdul Halim (2016:81) adalah :

### 1) Profit Margin

Profit Margin merupakan rasio yang menghitung sejauh mana kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih pada tingkat penjualan tertentu. Rasio yang tinggi menunjukkan perusahaan mampu menghasilkan laba yang tinggi pada tingkat penjualan tertentu. Sedangkan rasio yang rendah menunjukkan ketidak efisienan manajemen karena profitmargin yang rendah menandakan penjualan yang terlalu rendah untuk tingkat biaya tertentu, atau biaya yang terlalu tinggi untuk tingkat penjualan tertentu, atau kombinasi dari kedua hal tersebut. Profit margin dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Profit Margin} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Penjualan}}$$

### 2) Return on Equity (ROE)

*Return on Equity* (ROE) merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba berdasarkan modal tertentu. Rasio ini memperlihatkan sejauh manakah perusahaan mengelola modal sendiri secara efektif, mengukur tingkat keuntungan dari investasi yang telah dilakukan pemilik modal sendiri sebagai pemegang saham perusahaan. Rumus untuk mencari rasio ini menurut Kasmir (2012) adalah sebagai berikut:

$$\text{Return on Equity (ROE)} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Ekuitas}}$$

### 3) *Return on Assets* (ROA)

menunjukkan hasil (return) atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan (Kasmir, 2012). Rasio ini dihitung dengan membagi laba bersih dengan total aktiva. Semakin besar rasio ini semakin baik, karena apabila ROA meningkat maka profitabilitas perusahaan juga meningkat yang artinya kinerja perusahaan semakin baik yang dampaknya mampu memberikan pengembalian keuntungan dengan baik bagi pemilik maupun investor (pemegang obligasi dan saham) dalam keseluruhan aset yang ditanamkan.

Menurut Kasmir (2012) *Return on Assets* (ROA) dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Return on Assets (ROA)} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Assets}}$$

Kesimpulannya adalah Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba dalam periode tertentu pada tingkat penjualan asset dan modal saham tertentu dalam penelitian ini Profitabilitas dapat dilihat menggunakan rasio *Return On Aseet* karena jika kinerja Perusahaan semakin baik maka diindikasikan Perusahaan mampu memberikan pengembalian keuntungan dengan baik bagi pemilik maupun investor.

### 2.1.3. Leverage

*Leverage* merupakan rasio yang digunakan untuk menilai hutang dengan ekuitas. Rasio ini berguna untuk mengetahui jumlah dana yang disediakan oleh peminjam (kreditor) dengan pemilik perusahaan. Dengan kata lain rasio ini berfungsi untuk mengetahui setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan untuk jaminan hutang (Kasmir, 2012 dalam Panca *et al.*, 2016). Menurut Sugiyono (2012) dalam Lita *et al.*, (2016) *leverage* adalah instrument untuk mengetahui kemampuan ekuitas atau aktiva bersih suatu perusahaan untuk melunasi seluruh kewajiban. *Leverage* atau solvabilitas yang digunakan untuk mengukur kemampuan modal sendiri perusahaan untuk dijadikan jaminan semua hutang perusahaan. *Leverage* merupakan rasio hutang yang digambarkan dengan perbandingan antar seluruh hutang, baik hutang jangka panjang maupun hutang jangka pendek dengan modal perusahaan.

Pada rasio ini terdapat beberapa rasio yang digunakan sebagai indikator pengukur leverage berdasarkan yang dijelaskan oleh Kasmir dalam bukunya (2014) yaitu :

#### 1) *Debt to Equity Ratio*

(Rasio Hutang Terhadap Ekuitas) atau Rasio Hutang terhadap Ekuitas merupakan rasio keuangan yang menunjukkan proporsi relatif antara Ekuitas dan Hutang yang digunakan untuk membiayai aset perusahaan. *Debt to Equity Ratio* (DER) atau Rasio Hutang Terhadap

Ekuitas ini dihitung dengan cara mengambil total kewajiban hutang (*Liabilities*) dan membaginya dengan Ekuitas (Equity).

$$\text{Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Ekuitas}}$$

2) *Debt Ratio* (Rasio Hutang)

Rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa besar perusahaan mengandalkan hutang untuk membiayai asetnya. *Debt Ratio* atau Rasio Hutang ini dihitung dengan membagikan total hutang (total *liabilities*) dengan total aset yang dimilikinya. *Debt Ratio* ini sering juga disebut dengan Rasio Hutang Terhadap Total Aset (*Total Debt to Total Assets Ratio*).

$$\text{Debt Ratio} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Aset}}$$

- 3) *Times Interest Earned Ratio* adalah rasio yang mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar atau menutupi beban bunga di masa depan. *Times Interest Earned Ratio* ini juga sering disebut juga *Interest Coverage Ratio*. Cara menghitungnya adalah dengan membagi laba sebelum pajak dan bunga dengan Biaya Bunga.

$$\text{Time Interest Earned Ratio} = \frac{\text{Laba Sebelum Pajak dan Bunga}}{\text{Beban Bunga}}$$

Kesimpulannya adalah Leverage merupakan kemampuan perusahaan untuk memenuhi *kewajiban* utangnya dengan jumlah aset yang dimiliki oleh Perusahaan. Dalam penelitian ini Leverage dapat

dilihat menggunakan rasio *Debt to Equity Ratio* karena Rasio Hutang terhadap Ekuitas merupakan rasio keuangan yang menunjukkan proporsi relatif antara Ekuitas dan Hutang yang digunakan untuk membiayai aset Perusahaan

#### 2.1.4. Intellectual Capital

*Intellectual capital* didefinisikan sebagai asset yang tidak berwujud pada perusahaan yang berdasarkan dari pengetahuannya dapat diolah untuk menciptakan nilai perusahaan. Aset yang berdasar pada pengetahuan yang berada dalam diri anggota perusahaan disebut modal manusia (*human capital*) dan yang didalam organisasi disebut modal *structural (structural capital)*. Para praktisi menyatakan *intellectual capital* terdiri dari tiga komponen (VAIC<sup>TM</sup>) yaitu : *Human Capital, structural capital dan capital employed*. Tan *et al.*, (2007) menjelaskan model yang menggunakan *monetary* antara lain:

1. The EVA and MVA model dikembangkan oleh Bontis *et al.*, (1999)
2. *The Market-to-Book Value* model dikembangkan oleh berbagai penulis.
3. *Tobin's q method* dikembangkan oleh Luthy (1998).
4. *Pulic's VAICTM Model* (1998, 2000).
5. *Calculated intangible value* dikembangkan oleh Dzinkowski (2000).
6. *The Knowledge Capital Earnings* model dikembangkan oleh Lev dan Feng (2001).

*Intellectual Capital* merupakan asset tidak berwujud berupa sumber daya informasi serta pengetahuan yang berfungsi untuk meningkatkan

kemampuan bersaing serta dapat meningkatkan kinerja perusahaan.

## **2.2 Pengembangan Hipotesis**

### **2.2.1 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan**

Profitabilitas merupakan penggambaran kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan asset modal dan penjualan. Profitabilitas merupakan gambaran tingkat keuntungan yang berhasil diperoleh pihak perusahaan selama menjalankan operasinya dengan memanfaatkan sumber daya keuangan yang dimilikinya. Bagian keuntungan yang akan dibagi oleh para pemilik saham merupakan keuntungan yang sudah dikurangi oleh beban pajak (Sugoto et al., 2020). Profitabilitas merupakan rasio digunakan untuk melakukan pengukuran jumlah laba bersih yang dihasilkan setiap satu rupiah yang tertanam dalam modal asset. Apabila tingkat pengembalian dana tinggi maka semakin besar laba yang diperoleh dari setiap dana yang ditanam, kemudian semakin kecilnya tingkat pengembalian dana maka akan semakin rendah pula laba yang dihasilkan. Profitabilitas yang memberikan indikasi proses pertumbuhan baik akan mempengaruhi tingkat calon investor dan investor yang akan membantu meningkatkan permintaan saham Sandy (2020). Jadi dapat dikatakan jika suatu perusahaan dapat menghasilkan keuntungan atau laba yang tinggi akan mempengaruhi nilai perusahaan dalam perusahaan tersebut. Jadi jika Profitabilitas meningkat maka nilai perusahaan juga akan meningkat Kesimpulan yang dapat ditarik dari

penjelasan diatas yaitu profitabilitas diharapkan memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan dikarenakan suatu perusahaan yang berhasil dengan baik menghasilkan suatu keuntungan akan dengan baik pula membayarkan kewajibannya sehingga hal itu akan mempengaruhi citra baik perusahaan baik dimata investor dan lainnya, yang mana akan membuat nilai perusahaan menjadi meningkat.

Hasil penelitian Marwa *et al.*,(2017) dan Robiyanto *et al.*,(2020) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh Positif terhadap nilai perusahaan,sehingga hipotesis yang diajukan yaitu :

**H1: Profitabilitas Berpengaruh Positif Terhadap Nilai Perusahaan**

### 2.2.2 Pengaruh *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan

*Leverage* menggambarkan tentang perbandingan total hutang dengan total ekuitas. Rasio ini berguna untuk mengetahui jumlah dana yang disediakan peminjam (kreditor) dengan pemilik perusahaan Rahmawati (2016). Dapat dikatakan bahwa rasio ini dapat mengetahui modal perusahaan yang dijadikan sebagai jaminan hutang. Bagi pihak kreditor semakin besar *leverage* tidak menguntungkan bagi perusahaan karena pihak kreditor beranggapan semakin tingginya rasio ini akan memperbesar kegagalan yang ditanggung perusahaan.

*Leverage* sangat menguntungkan bagi perusahaan, karena semakin tinggi rasio ini akan semakin baik bagi perusahaan. Sebaliknya dengan rasio yang rendah, semakin tinggi tingkat pendanaan yang disediakan pemilik

maka semakin besar batas pengamanan bagi peminjam jika terjadi kerugian atau penyusutan terhadap aktiva. Jadi rasio *leverage* yang tinggi menunjukkan kecilnya rasio keuangan yang ditanggung oleh perusahaan yang mengakibatkan para investor percaya dengan perusahaan tersebut Gusty dan Desy (2015). Berdasarkan penjelasan dapat disimpulkan bahwa *leverage* cenderung dapat mempengaruhi nilai suatu perusahaan, dikarenakan jaminan persediaan modal yang tinggi akan membuat perusahaan dapat mencukupi pembiayaan operasional perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Sutama & Lisa (2018) dan Khumairoh *et al.*, (2016) menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga hipotesis yang diajukan yaitu:

**H2: *Leverage* Tidak Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan**

### **2.2.3 Pengaruh *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan Dimoderasi Intellectual Capital**

*Leverage* adalah suatu aktivitas pembiayaan menggunakan utang perusahaan. *Leverage* menyampaikan informasi tentang struktur modal yang ada di perusahaan dengan ini perusahaan dapat mengetahui tingkat risiko hutang yang tak tertagih yang ada di perusahaan. *Leverage* keuangan dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan pendanaan perusahaan sehingga perusahaan dapat beroperasi, dan berinvestasi dalam mengembangkan usahanya. *Leverage* bisa digunakan menjadi tolak ukur

seberapa seberapa besar perusahaan dibiayai dengan utang kemudian dengan adanya *intellectual capital* perusahaan dapat menciptakan keunggulan kompetitif perusahaan yang akan meningkatkan kompetitif perusahaan yang berdampak pada performa perusahaan yang akan mengalami peningkatan.

Penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa leverage dimoderasi oleh *intellectual capital* dapat dikatakan memiliki pengaruh karena tingkat utang yang tinggi berarti suatu perusahaan memiliki modal yang cukup besar, apalagi jika hal itu digunakan untuk meningkatkan kualitas masing – masing karyawannya yang mana hal ini akan menambah pengetahuan karyawan sehingga karyawan dapat bersaing dan memunculkan ide-ide baru yang akan menarik dimata investor dan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Nurdin *et al.*, (2019) menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh signifikan terhadap *intellectual capital*, penelitian lain yang dilakukan oleh Erlisa (2017) menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap *intellectual capital*, sehingga hipotesis yang diajukan yaitu:

**H3: *Intellectual capital* dapat memoderasi pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan**

#### **2.2.4 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dimoderasi Intellectual Capital**

Profitabilitas dapat menjadi penilaian bagaimana manajemen internal memanfaatkan sumber daya yang dimiliki oleh perusahaannya (Fahmi, 2014). Sumber daya perusahaan salah satu contohnya adalah aset perusahaan yang terdiri keuangan perusahaan, kendaraan, mesin, gedung, dan lain-lain. Seluruh aset tersebut tidak akan bisa berfungsi optimal tanpa didukung oleh sumber daya manusia yang berada di dalam perusahaan. Selain adanya aset berwujud dalam perusahaan juga terdapat intellectual capital seperti teknologi dan pengetahuan yang bisa melahirkan inovasi baru. Aset tidak berwujud itu bisa digunakan oleh perusahaan untuk mendapatkan keunggulan bersaing atau competitive advantage yang akan membuat keuntungan perusahaan bertambah (Kuspinta & Husaini, 2018). Keuntungan dapat dinilai dengan profitabilitas dan secara tidak langsung hal itu dapat meningkatkan minat investor terhadap perusahaan yang menyebabkan harga saham perusahaan naik dan nilai perusahaan meningkat (Nurdin et al., 2019). Kesimpulan dari penjelasan diatas yaitu profitabilitas yang tinggi akan berpengaruh pada tingginya intellectual capital, karena suatu perusahaan yang memiliki laba yang tinggi akan mensejahterakan karyawannya salah satunya dengan meningkatkan pengetahuan, hal ni berguna untuk menciptakan inovasi yang baru dan lebih berkembang bagi perusahaan seta meningkatkan nila suatu perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Nurdin *et al.*, (2019) menyatakan

bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap *intellectual capital*, penelitian lain yang dilakukan oleh Ahmad ( 2020 ) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap *intellectual capital*, sehingga hipotesis yang diajukan yaitu:

**H4: *Intellectual capital* dapat memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.**

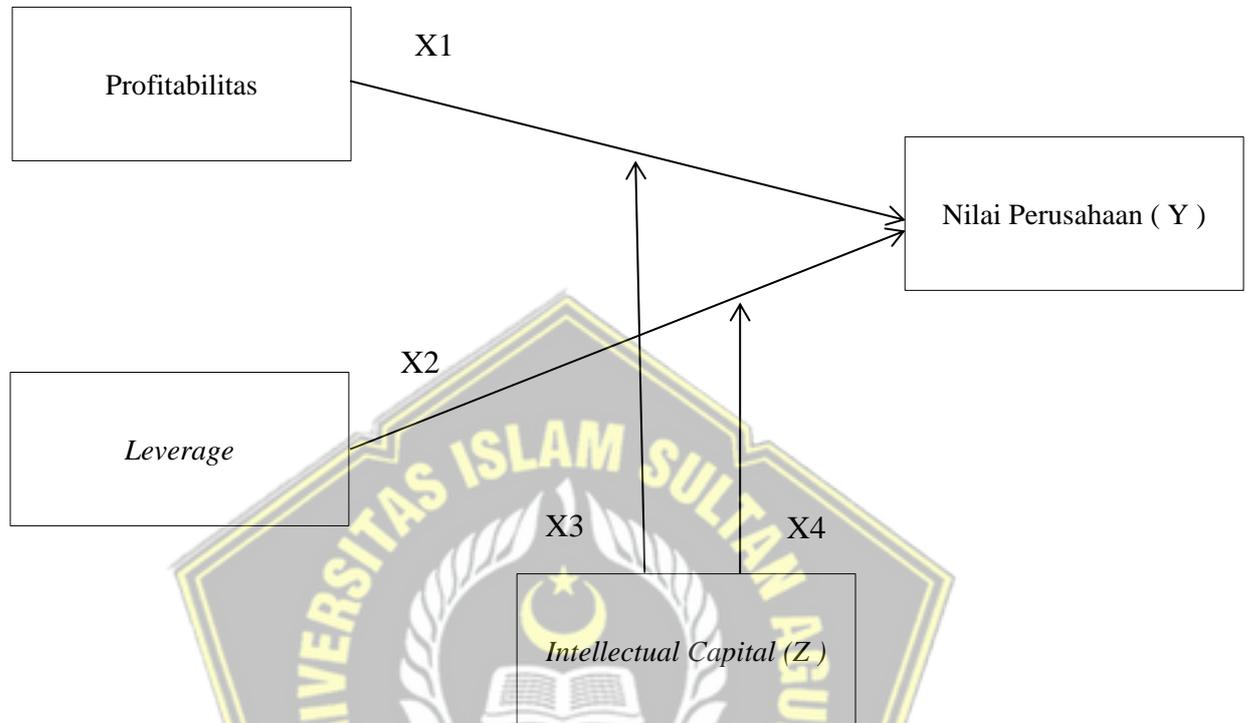
### 2.3 Model Empirik

Berdasarkan kajian Pustaka yang telah dibahas dibawah ini terdapat empat variabel bebas dan variabel terikat yang digambarkan di bawah ini : Nilai perusahaan suatu ukuran keberhasilan manajemen perusahaan sehingga dapat meningkatkan kepercayaan bagi pemegang saham. Nilai perusahaan akan tercermin dari harga saham yang terlihat di pasar modal (Gusti dan Putu,2019). Profitabilitas (*Return On Asset*) merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur pengembalian atas total aktiva setelah bunga dan pajak, hasil pengembalian total aktiva atau total investasi menunjukkan kinerja manajemen dalam menggunakan aktiva perusahaan untuk menghasilkan laba. (Panca *et al.*, 2016).

*Leverage* rasio ini berguna untuk mengetahui jumlah dana yang disediakan oleh peminjam (kreditor) dengan pemilik perusahaan. (Kasmir, 2012 dalam Panca *et al.*, 2016). *Intellectual capital* didefinisikan sebagai asset yang tidak berwujud pada perusahaan yang berdasar pengetahuan, yang diolah untuk dapat menciptakan nilai perusahaan.

## 2.4 Kerangka penelitian

Gambar 2. 1 Model Empirik



Keterangan :

Kerangka konseptual yang disajikan diatas menjelaskan bahwa ada dua variabel, satu variabel moderasi dan satu variabel dependent, yaitu Profitabilitas ( X1 ), Leverage ( X2 ) yang akan dianalisis pengaruhnya melalui Intellectual Capital (Z) terhadap Nilai Perusahaan (Y)

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Jenis Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif deskriptif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan Manufactur sector produksi konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2019-2022. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling method. Kriteria sampel adalah perusahaan Manufactur sector produksi konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2019-2022, tidak pernah mencatatkan kerugian selama periode penelitian, dan perusahaan dengan data penelitian lengkap hingga diperoleh 76 perusahaan. Perusahaan yang menjadi sampel penelitian sebanyak 20 perusahaan. Variabel bebas yaitu profitabilitas diukur dengan ROA. Dimana ROA diukur dengan nisbah laba bersih terhadap total asset perusahaan.

#### **3.2. Populasi dan Sampel**

##### **3.2.1 Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia

(2019 – 2020). Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi (Sugiyono, 2016)

### 3.2.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi (Sugiyono, 2016)

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sebanyak 20 Perusahaan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *purposive sampling*, teknik ini merupakan pemilihan sampel yang dilakukan berdasarkan kriteria tertentu. Kriteria penentuan sampel dalam penelitian ini yaitu: Perusahaan manufaktur yang menyajikan laporan keuangan secara berturut – turut dari tahun (2019 – 2022).

## 3.3. Sumber dan Jenis data

### 3.3.1 Data Primer

Data primer adalah data yang didapatkan oleh peneliti langsung dari objek penelitian atau responden. Data primer yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah data yang bersifat identitas objek individual atau responden para responden akan dimintai keterangan berkaitan dengan variable-variable penelitian ditinjau dari sudut pandang masing-masing responden.

### 3.3.2 Data Sekunder

Data sekunder merupakan kebalikan dari data primer dimana data yang didapatkan oleh peneliti secara tidak langsung, misalnya melalui dokumen orang lain atau internet. Data sekunder ini bersifat sebagai pendukung keperluan data primer. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder merupakan data yang diperoleh tidak langsung atau melalui perantara. Data sekunder biasanya telah dikumpulkan oleh lembaga pengumpul data dan di publikasikan kepada masyarakat pengguna data (Sugiyono, 2007). Data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain :Perusahaan yang menerbitkan laporan keuangan pada tahun 2019-2020 dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

- 1) Laporan keuangan di sajikan dalam bentuk mata uang rupiah
- 2) Laporan keuangan disajikan secara lengkap

### 3.4. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan studi dokumentasi, mendapatkan data, mengumpulkan data, mempelajari dokumen serta pernyataan – pernyataan yang dikeluarkan oleh BEI. Data dianalisis dari laporan keuangan yang telah disajikan di BEI kemudian dihitung dengan menggunakan rumus dari masing – masing variabel.

## **3.5. Variabel, Definisi Operasional, Indikator**

### **3.5.1 Variabel**

#### **3.5.1.1 Variabel Independen**

Variabel independen adalah tipe variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel yang lain. Variabel independen dinamakan pula dengan variabel yang diduga sebagai sebab (*presumed cause variable*) dari variabel independen (Nur Indrianto dan Bambang, 1999). Variabel independen dalam penelitian ini adalah profitabilitas dan *leverage*.

#### **3.5.1.2 Variabel Dependen**

Variabel dependen adalah tipe variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel independen (Nur Indrianto dan Bambang, 1999). Variabel dependen juga sering disebut sebagai variabel output, kriteria, atau konsekuensi atau dengan kata lain variabel dependen merupakan variabel terikat. (Sugiyono, 2016). Variabel dependen dalam penelitian ini ialah Nilai Perusahaan.

#### **3.5.1.3 Variabel Moderasi**

Variabel yang memperkuat dan memperlemah hubungan antara satu variabel independen dengan variabel dependen. Dalam penelitian ini variabel moderasinya ialah *intellectual capital* ( $Y_1$ )

### **3.5.2 Definisi Operasional Variabel**

Definisi operasional variabel adalah penentuan *construct* sehingga menjadi variabel yang dapat diukur. Definisi operasional menjelaskan cara tertentu yang

digunakan oleh peneliti dalam mengoperasionalkan *construct*, sehingga memungkinkan bagi peneliti yang lain untuk melakukan replikasi pengukuran dengan cara yang sama atau mengembangkan cara pengukuran *construct* yang lebih baik (Nur Indrianto dan Bambang, (1999).

### 1. Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan penggambaran dari berhasil atau tidaknya suatu perusahaan. Nilai perusahaan juga dapat dikatakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan dalam mengelola sumber daya yang dimiliki, semua itu dapat tercermin dari harga saham. Perusahaan dikatakan berhasil juga dapat dilihat dari nilai perusahaannya, maka dari itu menurut *theory of firm* merupakan salahsatu tujuan perusahaan, maka manajemen keuangan perusahaan harus dapat dijalankan secara optimal sehingga keberhasilan kinerja perusahaan dapat tercapai (Riny, 2018).

Nilai perusahaan yang semakin meningkat akan menambah kepercayaan masyarakat setelah perusahaan melalui proses dalam waktu lama, yaitu dari perusahaan didirikan sampai sekarang Denziana dan Monica (2016). Nilai perusahaan sendiri dapat diukur dengan menggunakan rumus sebagai berikut (Rasyid, 2015 dalam Selvi dan Ita, 2019) :

$$PBV = \frac{\text{Harga Pasar Per Lembar Saham}}{\text{Nilai Buku Per Lembar Saham}} \times 100\%$$

### 2. Profitabilitas

Profitabilitas merupakan rasio yang digunakan suatu perusahaan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari aktivas

yang dilakukan pada periode akuntansi. Profitabilitas merupakan gambaran suatu perusahaan dapat menghasilkan laba dari proses yang dilakukan oleh sistem dan kegiatan perusahaan (Heven dan Fitty, 2016). Skala pengukuran pada variabel ini menggunakan skala rasio yang dinyatakan dalam persamaan:

$$ROA = \frac{\text{Net Income}}{\text{Total Assets}} \times 100\%$$

### 3. Leverage

*Leverage* merupakan rasio yang dapat digunakan untuk menggambarkan komposisi modal dari perbandingan antara hutang dan jumlah modal yang digunakan sebagai sumber pembiayaan. Pengukuran variabel *leverage* dapat diukur dengan membandingkan hutang dan ekuitas, dengan rumus (Selvi dan Ita, 2019)

$$DER = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Ekuitas}} \times 100\%$$

### 4. Intellectual Capital

*Intellectual capital* secara umum diidentifikasi menjadi tiga konstruk utama dari *intellectual capital*, yaitu: *human capital* (HC), *structural capital* (SC), dan *customer capital* (CC). Menurut Pulic (2000) *intellectual capital* sebagai kumpulan karyawan, organisasi dan kemampuannya untuk menciptakan nilai tambah, dengan mengembangkan metode VAICTM yang didesain untuk menyajikan informasi tentang *value creation efficiency* dari aset berwujud (*tangible asset*) dan aset tidak berwujud (*intangible assets*) yang dimiliki perusahaan. Pengukuran variabel *intellectual capital* dapat diukur dengan rumus komponen VAIC adalah:

- a. *Human Capital Efficiency* (HCE).

$$\frac{HCE}{HC} = VA$$

Keterangan :

VA = *Value Added*

HC = *Beban Karyawan*

b. *Structural Capital Efficiency (SCE)*  $SCE = SCVA$

Keterangan :

SC = VA – HC

VA = *Value Added*

c. *Capital Employed Efficiency (CEE)*  $CCE = VA_{CA}$

Keterangan :

VA = *Value Added*

CE = *Capital Employee*

d. *Value Added Intellectual Capital (VAIC™)*

(VAIC™) merupakan instrument yang digunakan untuk menghitung *intellectual capital*.

$VAIC^{\text{TM}} = HCE + SCE + CEE$

**Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel**

Variabel Penelitian	Definisi Operasional	Indikator	Sumber
Nilai perusahaan	Nilai perusahaan merupakan penggambaran dari berhasil atau tidaknya suatu perusahaan (Riny,2017).	Nilai perusahaan diukur dengan menggunakan :  $\frac{\text{Harga pasar per lembar saham}}{PBV} \times 100\%$ PBV=Nilai buku per lembar saham	(Ira, 2017)

<i>Profitabilitas</i>	Return on assets merupakan rasio yang digunakan suatu perusahaan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam menghasilkan	<i>Profitabilitas diukur dengan menggunakan rumus sebagai berikut :</i>  <i>Profitabilitas = Net Income x100% Total Aset</i>	(Heven dan Fitty, 2016)
<i>Leverage</i>	DER merupakan rasio yang dapat digunakan untuk menggambarkan komposisi modal dari perbandingan antara hutang dan jumlah modal	<i>Leverage diukur dengan menggunakan rumus sebagai berikut :</i>  <i>Leverage = Total Hutang x100% Total Ekuitas</i>	(Selvi & Ita, 2019).
<i>Intellectual Capital</i>	<i>intellectual capital</i> sebagai kumpulan karyawan, organisasi dan kemampuannya untuk menciptakan nilai tambah (Rakhmini & Aurora, 2016).	<i>Intellectual Capital diukur dengan menggunakan rumus sebagai berikut :</i> <i>VAIC TM = HCE + SCE + CEE</i>	(Rakhmini & Aurora, 2016)

### 3.6. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data peneliti yaitu perhitungan menggunakan laporan keuangan. Agar data yang berasal dari perhitungan laporan keuangan benar adanya maka dilakukan beberapa pengujian dengan menggunakan Program SPSS (*Social Product Of Social Science*) terlebih dahulu.

#### 3.6.1 Analisis Deskriptif

Analisis statistik deskriptif adalah statistik yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap obyek yang diteliti melalui data sampel atau populasi sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat

kesimpulan yang berlaku untuk umum (Sugiyono, 2016). Analisis deskriptif dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui nilai maximum, minimum, dan rata – rata dari data yang dianalisis.

### **3.6.2 Asumsi Klasik**

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui apakah data tersebut memenuhi asumsi – asumsi dasar. Untuk mengetahui dalam suatu model penelitian tidak terjadi penyimpangan yang cukup serius maka diperlukan uji asumsi klasik.

#### **3.6.2.1 Uji Normalitas**

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2016). Normalitas yang dilakukan dalam penelitian ini adalah normalitas data, dengan tujuan untuk menguji apakah dalam data, variabel terikat dan variabel bebas mempunyai distribusi normal atau tidak. Hasil uji statistic akan lebih baik jika semua variabel berdistribusi normal atau mendekati normal (Ghozali, 2016). Untuk mendeteksi normalitas data dapat diuji dengan Kolmogorov-Smirnov, dengan pedoman pengambilan keputusan jika nilai signifikasnsi  $> 0.05$  dinyatakan data terdistribusi normal 5%.

#### **3.6.2.2 Multikolonieritas**

Uji Multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresiditemukan adanya kolerasi antar variabel bebas. Model regresi yang baikseharusnya tidak terjadi kolerasi diantara variabel bebas (Ghozali, 2016).Salah satu metode yang digunakan dalam program SPSS untuk mengetahui adanya

multikolinieritas adalah dengan cara mengamati nilai Variance Inflation Factor (VIF) dan Tolerance. Kriterianya adalah Tolerance 0.10 atau sama dengan nilai VIF 10.

### 3.6.2.3 Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pengganggu pada periode  $t-1$  (sebelumnya), jika terjadi korelasi maka dinamakan ada problem autokorelasi (Ghozali, 2016). Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama dengan yang lainnya. Masalah ini muncul karena residual (kesalahan pengganggu) tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya. Untuk mengetahui ada tidaknya autokorelasi dapat dilakukan dengan Run test. Run test digunakan untuk menguji apakah antar residual tidak terdapat korelasi yang tinggi, dengan ketentuan jika nilai signifikansi  $> 0,05$  dinyatakan tidak terdapat autokorelasi.

### 3.6.2.4 Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain (Ghozali, 2016). Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas

atau tidak terjadi heterokedastisitas (Ghozali, 2016). Salah satu metode yang dilakukan untuk mengetahui heterokedastisitas dengan melakukan uji glejser. Uji Glejser dilakukan dengan meregresikan absolut residual (AbsUt) sebagai variabel sedangkan variabel independen tetap. Pengujian dengan Uji Glejser pada model regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas harus memenuhi syarat, jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka data yang terdistribusi lolos dari heteroskedastisitas.

### 3.7. Analisis Data

#### 3.7.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Metode analisis linier berganda digunakan apabila penelitian yang akan dilakukan bermaksud untuk meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen, bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor predictor dimanipulasi (dinaik turunkan) nilainya (Sugiyono, 2006). Analisis regresi berganda digunakan untuk mendapatkan koefisien regresi yang akan menentukan apakah hipotesis yang dibuat akan diterima atau ditolak (Ghozali, 2016). Sehingga bentuk persamaan regresi atau model yang digunakan dalam analisis regresi linier berganda dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_1Z_1 + b_4X_2Z_1 + e$$

Keterangan:

- Y = Nilai Perusahaan
- a = Konstanta
- b = Koefisien arah regresi
- X1 = *Leverage*
- X2 = Profitabilitas
- Z = *Intellectual Capital*
- e = Error ( *error terms* )

### 3.7.2 Pengujian Hipotesis

Perhitungan statistik disebut signifikan secara statistik apabila nilai uji statistiknya berada dalam daerah kritis (daerah dimana  $H_0$  ditolak). Sebaliknya disebut tidak signifikan bila nilai uji statistiknya berada dalam daerah dimana  $H_0$  diterima (Ghozali, 2016). Metode pengujian hipotesis yang diajukan uji signifikan parameter individual.

#### 3.7.2.1 Uji t

Uji t pada dasarnya yaitu dengan menunjukkan seberapa jauh dari pengaruh satu variabel dependen secara personal dalam menerangkan berbagai variasi variabel independen (Ghozali, 2001). Langkah-langkah Uji Hipotesis untuk Koefisien Regresi adalah:

1. Perumusan Hipotesis Nihil ( $H_0$ ) dan Hipotesis Alternatif ( $H_a$ )

$H_0$ : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel Bebas terhadap Variable terikat.

$H_a$ : Ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap Variable terikat.

2. Ketentuan dalam pengujian ini dengan membandingkan alfa ( misal 5% )

yang ditentukan dengan hasil signifikannya :

- a) Jika tingkat signifikansi  $< 5\%$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
- b) Jika tingkat signifikansi  $\geq 5\%$ ,  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak

#### 3.7.2.2 Uji Simultan F

Uji signifikansi simultan f pada dasarnya digunakan untuk menilai Goodness of fit suatu model (Ghozali, 2016). Kriteria pengambilan

keputusannya yaitu untuk mengetahui ada atau tidak nya pengaruh antara variable independent terhadap variable dependen diantaranya:

- Bila  $F_{hitung} < F_{tabel}$  atau independent < signifikan (  $Sig > 0,05$ ), maka secara simultan variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.
- Bila  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau independen > nilai signifikan (  $Sig < 0,05$ ), maka secara simultan variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

### 3.7.2.3 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Pada intinya, koefisien determinasi (digunakan untuk melihat seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependennya. Koefisien determinasi bernilai antara nol dan satu. Nilai yang kecil menunjukkan bahwa kemampuan variabel-variabel independen amat terbatas di dalam menjelaskan variasi-variasi variabel dependen. Nilai yang mendekati satu berarti bahwa hampir semua informasi yang diperlukan untuk memprediksi variasi variabel dependen diberikan oleh variabel-variabel independen (Ghozali, 2016).

### 3.7.2.4 Uji Interaksi (Moderated Regression Analysis / MRA )

Uji interaksi atau sering disebut *Moderated Regression Analysis* (MRA) merupakan aplikasi khusus regresi berganda linear dimana dalam persamaan regresinya mengandung unsur interaksi (perkalian dua atau lebih independen) yang bertujuan untuk mengetahui apakah variabel moderating akan memperkuat atau memperlengah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen (Ghozali, 2016). *Moderated Regression Analysis* (MRA) dalam penelitian ini

digunakan untuk pengujian terhadap pure moderator yang dilakukan dengan membuat regresi interaksi, tetapi variabel moderator tidak berfungsi sebagai variabel independen (Ghozali, 2016). Moderated Regression Analysis (MRA) digunakan untuk mengetahui apakah variabel *intellectual capital* dapat memperkuat atau memperlemah hubungan variabel Profitabilitas terhadap nilai perusahaan dan Leverage terhadap Nilai Perusahaan.

Semakin tinggi X1 dan X2 maka akan berpengaruh terhadap semakin tingginya Y.

Untuk menguji apakah B merupakan variable moderating maka persamaan regresi dapat ditulis dengan rumus :

$$Y = b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_1Z_1 + b_4X_2Z_1 + e$$



## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1. Deskripsi Hasil Penelitian**

Populasi pada penelitian ini yaitu perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar BEI periode 2019 – 2022. Objek yang digunakan yaitu data laporan keuangan pada perusahaan makanan dan minuman periode 2019 – 2022. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*.

Berdasarkan seleksi yang telah dilakukan, sampel yang diperoleh 76 data, dengan periode pengamatan selama 4 tahun, yaitu dari tahun 2019 – 2022. Namun, karena terdapat 46 data outlier yang tidak menerbitkan laporan keuangan, data sampel yang layak di uji sebesar 20 data, yang terdiri dari 20 perusahaan makanan dan minuman.

#### **4.2. Analisis Data**

##### **4.2.1 Analisis Statistik**

Statistik deskriptif yaitu suatu metode statistic yang digunakan untuk diberikan gambaran data disetiap variable yang dipakai. Statistik deskriptif dari rata-rata (*mean*), nilai tengah (*median*), nilai tertinggi (*maximum*), nilai terendah (*minimum*), dan standar deviasi. Pada penelitian ini memperoleh sampel 55 data, namun karena terdapat 21 data outliner, data sampel yang layak diuji sebesar 20 data.

**Tabel 4.1****Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean
Profitabilitas	80	-.18	.61	.0568
Leverage	80	.07	.62	.3404
Nilai Perusahaan	80	.04	6.57	1.2757
Intellectual Capital	80	1.31	3.99	2.3783
Valid N (listwise)	80			

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan hasil yang telah diolah dengan uji statistik deskriptif, maka dapat dianalisis bahwa variable Profitabilitas memiliki nilai rata-rata rata pada perusahaan manufaktur sektor produksi dan konsumsi pada tahun 2019-2022 sebesar 0.0568 (5.68%) yang artinya dapat disimpulkan bahwa variabel Profitabilitas pada perusahaan go publik sektor produksi dan konsumsi memiliki kemampuan menghasilkan laba dari aset yang dimiliki, yang relatif rendah

Variabel Leverage memiliki nilai rata-rata pada perusahaan manufaktur sektor produksi dan konsumsi pada tahun 2019-2022 sebesar 0.3404 (34%) yang artinya dapat disimpulkan bahwa variabel Leverage pada perusahaan go publik sektor produksi dan konsumsi memiliki rasio hutang yang digunakan untuk membiayai aset Perusahaan relatif rendah, karena proposinya relatif hanya 34% dari ekuitas yang dimiliki.

Variabel Nilai Perusahaan memiliki nilai rata-rata nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur subsektor produksi dan konsumsi pada tahun 2019-2022 sebesar 1.2757 (127%) dapat disimpulkan bahwa nilai Perusahaan pada perusahaan go publik sektor produksi dan konsumsi sebagai

kepercayaan bagi pemegang saham atau investor memiliki nilai yang lebih tinggi dari nilai bukunya.

Variabel *Intellectual Capital* memiliki nilai rata-rata pada perusahaan manufaktur subsektor produksi dan konsumsi pada tahun 2019-2022 sebesar 2.3818 (238%) dapat disimpulkan bahwa variabel *Intellectual Capital* pada perusahaan go publik sektor produksi dan konsumsi, relative efisien, karena mampu menghasilkan nilai tambah 238% dari penggunaan ekuitas, human capital dan relational capital-

#### 4.3. Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam data, variable terikat dan variable bebas mempunyai distribusi normal atau tidak. Untuk mendeteksi normalitas data dapat diuji dengan Kolmogorov-Smirnov, dengan pedoman pengambilan Keputusan jika nilai signifikansi  $> 0.05$  dinyatakan data terdistribusi normal 5%.

**Tabel 4.2**  
**Hasil Uji Normalitas**

Persamaan Regresi	Sig	Keterangan
1. Model regresi 1 : - Profitabilitas - Leverage - <i>Intellectual Capital</i> Var. Dependen : Nilai Perusahaan	0,200	Berdistribusi Normal

Sumber : data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan hasil pengujian normalitas pada tabel 4.2 menunjukkan bahwa pada persamaan model regresi diperoleh hasil signifikansi sebesar  $0,200 > 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa masing-masing variabel memiliki distribusi data yang normal.

#### 4.4. Uji Multikolonieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui seberapa besar korelasi antara dua variabel bebas atau lebih dalam sebuah model regresi. Dalam menentukan adanya multikolinieritas dalam penelitian ini dengan melihat nilai *tolerance* serta *variance inflation factor* (VIF). Hasil uji multikolinieritas adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.3**  
**Hasil Uji Multikolonieritas**

Persamaan Regresi	<i>Tolerance</i>	VIF	Keterangan
Model regresi 1 :			
Profitabilitas	0.868		Bebas Multikolinieritas
Leverage	0.851	1.153	Bebas Multikolinieritas
Profitabilitas*Intellectual Capital	0.887	1.175	Bebas Multikolinieritas
Leverage*Intellectual Capital	0.890	1.128	Bebas Multikolinieritas
		1.124	

Sumber : data primer yang diolah, 2023

Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai VIF dari semua variabel bebas memiliki nilai yang lebih kecil dari 10 dan nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1. Hal ini berarti bahwa variabel-variabel penelitian tidak menunjukkan gejala multikolinieritas dalam model regresi.

#### 4.5. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi digunakan untuk menguji apakah model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t-1$  (sebelumnya), jika terjadi korelasi maka dinamakan ada problem autokorelasi dikarenakan observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama yang lainnya. Uji Autokorelasi dapat diukur dengan uji Run Test dengan ketentuan jika nilai signifikansi  $> 0.05$  dinyatakan tidak terdapat autokorelasi.

**Tabel 4.4**  
**Uji Autokorelasi**

Persamaan Regresi	<i>Run Test</i>	Keterangan
1. Model regresi : - Profitabilitas - Leverage - Profitabilitas*Intellectual Capital - Leverage*Intellectual Capital	0,368	Bebas Autokorelasi

Sumber : data primer yang diolah, 2023

Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai *run test* memiliki nilai *Asymp.Sig (2 tailed)* sebesar  $0,368 > 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala autokorelasi, sehingga analisis regresi linier dapat dilanjutkan.

#### 4.6. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan Uji Glejser variabel independen yang mempengaruhi variabel dependen. Jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka dapat dikatakan tidak terdapat masalah heterokedastisitas (Ghozali, 2016). Hasil uji heteroskedastisitas adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.5**  
**Uji Heteroskedastisitas**

Persamaan Regresi	Sig	Keterangan
1. Model regresi:		
- Profitabilitas	.176	Tidak terjadi heteroskedastisitas
- Leverage	.545	Tidak terjadi heteroskedastisitas
- Profitabilitas*Intellectual Capital	.782	Tidak terjadi heteroskedastisitas
- Leverage*Intellectual Capital	.068	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Var. Independen : Intellectual capital		

Berdasarkan hasil pengujian Glejser pada tabel 4.6 diatas menunjukkan bahwa hasil pengujian masing-masing variabel terlihat bahwa nilai signifikansi telah melebihi batas ketentuan sebesar 0,05. Sehingga dapat diartikan bahwa pengujian tidak terjadi masalah heteroskedastisitas, sehingga dapat dilakukan pengujian selanjutnya.

#### **4.7. Analisis Regresi Linier Berganda**

##### **4.7.1.Uji Parsial (Uji t)**

Uji t digunakan untuk menguji seberapa besar pengaruh variabel bebas (independen) secara individu (parsial) dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Untuk menentukan pengujian, maka kriteria pengambilan keputusan dengan melihat t hitung dan tingkat signifikansinya. Jika tingkat signifikansi <5% maka  $H_0$  di tolak dan  $H_a$  diterima. Jika tingkat signifikansi > 5%,  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak

**Tabel 4.6**  
**Uji t**

Pengaruh antar variable	Standardized Coefficients Beta	Sig. t	Keterangan
<i>Leverage</i> >> Nilai Perusahaan	.231	.043	H1 diterima
<i>Profitabilitas</i> >> Nilai Perusahaan	.313	.006	H2 diterima
<i>Leverage*Intellectual Capital</i> >> Nilai Perusahaan	-.028	.798	H3 ditolak
<i>Profitabilitas*Intellectual Capital</i> >> Nilai Perusahaan	-.301	.008	H4 diterima

Berdasarkan hasil pengujian Glejser pada tabel 4.6 diatas menunjukkan bahwa hasil pengujian masing-masing variabel terlihat bahwa nilai signifikansi telah melebihi batas ketentuan sebesar 0,05. Sehingga dapat diartikan bahwa pengujian tidak terjadi masalah heteroskedastisitas, sehingga dapat dilakukan pengujian selanjutnya.

1. Pengaruh *Leverage* terhadap nilai Perusahaan

Berdasarkan pengujian statistik uji t diperoleh nilai beta sebesar .231 dengan menggunakan taraf signifikan 5% diperoleh signifikansi 0.043 yang Dimana lebih kecil dari 0.05. Hal tersebut menunjukkan bahwa variable *Leverage* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai Perusahaan, sehingga hipotesis dapat diterima. Berdasarkan hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel *Leverage* mampu mempengaruhi nilai Perusahaan yang berarti jaminan persediaan modal yang tinggi akan membuat perusahaan dapat mencukupi pembiayaan operasional perusahaan.

## 2. Pengaruh Profitabilitas terhadap nilai Perusahaan

Berdasarkan pengujian statistic uji t diperoleh nilai beta .313 dengan menggunakan taraf signifikan 5% diperoleh signifikansi 0.006 yang dimana lebih kecil dari 0.05. Hal tersebut menunjukkan bahwa variable Profitabilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai Perusahaan, sehingga hipotesis dapat diterima. Berdasarkan hasil uji hipotesis membuktikan bahwa Profitabilitas mampu mempengaruhi nilai Perusahaan yang berarti Perusahaan yang berhasil menghasilkan keuntungan maka akan mempengaruhi citra baik investor, yang mana akan membuat nilai Perusahaan menjadi meningkat.

## 3. Pengaruh *Leverage* yang dimoderasi Intellectual Capital terhadap nilai Perusahaan

Berdasarkan pengujian statistik uji t diperoleh nilai beta -.028 dengan menggunakan taraf signifikan 5% diperoleh signifikansi 0.798 yang dimana lebih besar dari 0.05. Hal tersebut menunjukkan bahwa variable Intellectual Capital tidak dapat memoderasi variabel Profitabilitas terhadap nilai Perusahaan, sehingga hipotesis tidak dapat diterima, yang berarti variabel *Intellectual Capital* tidak dapat memperkuat hubungan antara variabel *Leverage* dengan nilai Perusahaan.

## 4. Pengaruh Profitabilitas yang dimoderasi Intellectual Capital terhadap nilai Perusahaan

Berdasarkan pengujian statistik uji t diperoleh nilai beta -.301 menggunakan taraf signifikan 5% diperoleh signifikansi 0.008 yang dimana lebih kecil dari 0.05. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel Intellectual Capital dapat memoderasi pengaruh Profitabilitas terhadap nilai perusahaan

namun tidak signifikan sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis dapat diterima, yang berarti laba yang tinggi akan berpengaruh terhadap tingginya *Intellectual Capital*, karena suatu perusahaan yang memiliki laba yang tinggi dapat mensejahterakan karyawannya dengan meningkatkan pengetahuan dan menciptakan inovasi baru sehingga nilai Perusahaan dapat meningkat.

#### 4.7.2. Uji Simultan F

Digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh secara bersama – sama atau simultan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian statistik ANOVA merupakan bentuk pengujian hipotesis dimana dapat menarik kesimpulan berdasarkan data atau kelompok statistik yang disimpulkan. Pengambilan keputusan dilihat dari pengujian ini dilakukan dengan melihat nilai F yang terdapat di dalam tabel ANOVA, tingkat signifikansi yang digunakan yaitu sebesar 0,05. Adapun ketentuan dari uji F yaitu sebagai berikut (Ghozali, 2016) :

Jika nilai signifikan  $F < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Artinya semua variabel independent/bebas memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen/terikat.

Jika nilai signifikan  $F > 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  Artinya, semua variabel independent/bebas tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen/terikat.

**Tabel 4.7**  
**Uji F**  
**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	9009209046602 2330000.000	4	225230226165 05580000.000	4.409	.003 <sup>b</sup>
	Residual	3831277837688 82540000.000	75	510837045025 1766800.000		
	Total	4732198742349 04900000.000	79			

Sumber : data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.7 dapat diperoleh independen bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Hal ini dapat dilihat dari nilai F hitung yaitu sebesar 4.409. Sedangkan nilai signifikansi yang dihasilkan yaitu 0,003 yang dimana lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model regresi berganda ini layak digunakan, dan variabel independen yang meliputi Leverage, Profitabilitas, Intellectual Capital memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen nilai Perusahaan.

#### 4.7.3. Uji Koefisien Determinasi

Digunakan untuk melihat seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variabel dependennya. Koefisien Determinasi bernilai nol dan satu. Nilai yang kecil menunjukkan bahwa kemampuan variabel-variabel independen amat terbatas didalam menjeleaskan variasi variabel dependen.

**Tabel 4.8**  
**Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.436 <sup>a</sup>	.190	.147	2260170447.16 804

Sumber : data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.9 menunjukkan hasil koefisien determinasi pada persamaan model regresi sebesar 0.190. Hal ini berarti model yang digunakan variabel bebas yang terdiri dari *leverage*, profitabilitas dan

dimoderasi dengan variabel *intellectual capital* mampu menerangkan variasi variabel nilai perusahaan sebesar 0,190 atau 19%, sedangkan sisanya yaitu 81% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

#### 4.8. Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Pengaruh Leverage, Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan Intellectual Capital sebagai Variabel Moderasi Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Produksi Konsumsi yang Terdaftar Pada Bursa Efek Indonesia Periode 2019 - 2022).

##### 1. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian diketahui *Profitabilitas* berpengaruh terhadap Nilai perusahaan. Berdasarkan hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa apabila terjadi peningkatan Profitabilitas, maka akan meningkatkan Nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa Profitabilitas dapat mempengaruhi citra baik perusahaan baik dimata investor dan lainnya, yang mana akan membuat nilai perusahaan menjadi meningkat.

*Profitabilitas* yang besar semakin besar pula tingkat keuntungan yang dicapai oleh perusahaan tersebut dan semakin baik pula posisi perusahaan tersebut dari segi penggunaan asset.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian penelitian Marwa *et al.*,(2017) dan Robiyanto *et al.*,(2020) menyatakan bahwa profitabilitas

berpengaruh Positif terhadap nilai perusahaan dikarenakan suatu perusahaan yang berhasil dengan baik menghasilkan suatu keuntungan akan dengan baik pula membayarkan kewajibannya sehingga hal itu akan mempengaruhi citra baik perusahaan baik dimata investor dan lainnya, yang mana akan membuat nilai perusahaan menjadi meningkat.

## 2. *Leverage* Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian diketahui bahwa *Leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa *Leverage* mampu mempengaruhi Nilai suatu perusahaan, dikarenakan jaminan persediaan modal yang tinggi akan membuat perusahaan dapat mencukupi pembiayaan operasional perusahaan.

Rasio *Leverage* yang tinggi menunjukkan kecilnya rasio keuangan yang ditanggung oleh perusahaan yang mengakibatkan para investor percaya dengan perusahaan tersebut Gusty dan Desy (2015).

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Utama & Lisa (2018) dan Khumairoh *et al.*, (2016) menyatakan bahwa leverage berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

## 3. *Intellectual capital* tidak dapat memoderasi pengaruh leverage terhadap nilai perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian pada dampak moderasi hubungan leverage terhadap nilai perusahaan yang dimoderasi oleh *intellectual capital* menunjukkan bahwa ketika dihubungkan secara langsung *Leverage* mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan, ketika dimoderasi oleh

variabel *intellectual capital* dalam hubungan tidak langsung antara leverage terhadap nilai perusahaan maka tidak bisa memberi pengaruh akan hubungan antara *Leverage* terhadap nilai perusahaan. Sehingga *intellectual capital* sebagai variabel moderasi tidak mempunyai pengaruh hubungan dari leverage terhadap nilai perusahaan. Hal ini mempunyai bukti bahwa variabel *Intellectual Capital* tidak bisa memoderasi hubungan *Leverage* terhadap nilai Perusahaan. Hal ini *Intellectual Capital* belum bisa dipakai sebagai acuan dalam menentukan Keputusan.

*Leverage* bisa digunakan menjadi tolak ukur seberapa besar perusahaan dibiayai dengan utang kemudian dengan adanya *Intellectual Capital* Perusahaan dapat menciptakan keunggulan kompetitif Perusahaan yang akan berdampak pada performa Perusahaan Nurdin *et al* (2019). Dalam penelitian adanya *Intellectual Capital* belum bisa menjadikan *Leverage* sebagai tolak ukur memiliki pengaruh terhadap nilai Perusahaan.

4. *Intellectual capital* dapat memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian pada dampak moderasi hubungan profitabilitas terhadap nilai perusahaan yang dimoderasi oleh *intellectual capital* menunjukan bahwa ketika dihubungkan secara langsung profitabilitas mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan, ketika dimoderasi oleh variabel *intellectual capital* dalam hubungan tidak langsung antar profitabilitas terhadap nilai perusahaan, bisa memberi pengaruh dari hubungan antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

Sehingga *intellectual capital* sebagai pemediasi bisa mempunyai dampak signifikan hubungan dari profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Hasil temuan variabel *intellectual capital* terbukti bisa memoderasi hubungan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Hasil tersebut menunjukkan bahwa *intellectual capital* sebagai aset tidak berwujud berupa sumber daya informasi serta pengetahuan yang berfungsi untuk meningkatkan kemampuan bersaing serta dapat meningkatkan kinerja perusahaan memiliki pengaruh terhadap Profitabilitas dalam peningkatan nilai perusahaan. Suatu perusahaan dapat menghasilkan keuntungan atau laba yang tinggi akan mempengaruhi nilai perusahaan dimana *intellectual capital* bisa menjadi faktor pendorong utama.

*Intellectual Capital* bisa digunakan perusahaan untuk mendapatkan keunggulan bersaing atau *competitive advantage* yang akan membuat keuntungan perusahaan bertambah (Kuspinta dan Husaini, 2018).



## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai pengaruh profitabilitas, *leverage*, *intellectual capital*, dan nilai, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Leverage berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Artinya peningkatan proporsi utang terhadap modal sendiri dapat meningkatkan nilai perusahaan yang ditunjukkan dengan harga saham.
2. Profitabilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, perusahaan dengan laba yang tinggi cenderung lebih menarik bagi investor dan memiliki harga saham yang lebih tinggi.
3. Intellectual capital tidak dapat memoderasi pengaruh *Leverage* terhadap nilai perusahaan, dengan adanya *Intellectual Capital* belum bisa menjadikan *Leverage* sebagai tolak ukur memiliki pengaruh terhadap nilai Perusahaan.
4. Intellectual capital dapat memoderasi pengaruh Profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan meningkatkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba yang berkelanjutan dan mengidentifikasi peluang pertumbuhan jangka panjang.

## 5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan, masih terdapat banyak kekurangan, sehingga beberapa saran yang dapat peneliti berikan, yaitu :

### 1. Bagi Investor:

Investor diharapkan mampu memperhatikan beberapa hal atau variabel – variabel yang sudah diteliti dalam penelitian ini untuk menanamkan modal atau investasi, berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan investor dapat mempertimbangkan hutang perusahaan tanpa melihat nilai Intellectual Capital dikarenakan nilai Intellectual Capital tidak memberikan pengaruh antara hubungan *leverage* terhadap nilai perusahaan.

### 2. Bagi Perusahaan:

Perusahaan diharapkan dengan senang hati dapat menerima penelitian-penelitian yang dilakukan mahasiswa, karena hasil dari penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi perusahaan untuk mengetahui hal apa saja yang dapat digunakan untuk menaikkan nilai perusahaan.

## 5.3 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan, peneliti mengalami keterbatasan dalam penelitian yaitu :

1. Tidak semua perusahaan yang diteliti menampilkan laporan keuangan.
2. Dalam penelitian ini peneliti juga hanya menjadi perusahaan dari *sector food and beverage* sebagai populasinya.
3. Periode populasi yang dipilih peneliti terlalu singkat

4. Variabel Intellectual Capital tidak dapat memoderasi pengaruh variabel *Leverage* terhadap nilai Perusahaan.

#### 5.4 Agenda Penelitian Selanjutnya

Berdasarkan keterbatasan yang didapat penulis selama penelitian berlangsung, maka untuk penelitian yang akan datang diharapkan untuk :

1. Penelitian selanjutnya dapat menambah cakupan populasi tidak hanya sector food and beverage.
2. Periode populasi minimal lima tahun (5 Tahun)
3. Untuk variabel yang tidak berpengaruh dapat diganti dengan menggunakan indikator atau bisa menggunakan variabel
4. Merubah atau mengganti variable moderasi dengan variable lainnya yang dimungkinkan dapat memberikan pengaruh terhadap hubungan moderasi terhadap nilai perusahaan disarankan bisa menggunakan variable Corporate Social Responsibility



## DAFTAR PUSTAKA

- Apriliyanti, v., hermi, h., & herawaty, v. (2019). Pengaruh kebijakan hutang, kebijakan dividen, profitabilitas, pertumbuhan penjualan dan kesempatan investasi terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi. *Jurnal magister akuntansi trisakti*, 6(2), 201. <https://doi.org/10.25105/jmat.v6i2.5558>
- Ashari, muhammad ,hajar dan sampurno r. Djoko (2017). Pengaruh leverage keuangan terhadap profitabilitas pada perusahaan pariwisata yang terdaftar di bursa efek indonesia periode 2011-2015. *Journal of management volume 6*, nomor 4. Tahun 2017, halaman 1-12 issn (online): 2337-379
- Awulle, i. D., murni, s., rondonuwu, c. N., sam, u., & manado, r. (2018). Pengaruh profitabilitas likuiditas solvabilitas dan kepemilikan institusional terhadap nilai perusahaan food and beverage yang terdaftar di bursa efek indonesia periode 2012-2016. *Jurnal emba: jurnal riset ekonomi, manajemen, bisnis dan akuntansi*, 6(4) 1908-1917. <https://doi.org/10.35794/emba.v6i4.20912>
- Bahuwa, y., pakaya, y. A., & ismail, j. (2020). Determinasi aset tidak berwujud terhadap nilai perusahaan (studi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bej tahun 2019). *Jurnal akuntansi stie muhammadiyah palopo*, 6(2), 1-11. <https://doi.org/10.35906/ja001.v6i2.559>
- Cahya, k. D. And, & c.riwoe, j. (2018). Pengaruh roa dan roe terhadap nilai perusahaan dengan sustainability reporting sebagai variabel intervening pada perusahaan yang terdaftar di lq 45. *Journal of accounting and business studies*, 3(1), 46-70.
- Daulay, i. E., & sadalia, i. (2018). Pengaruh intangible assets terhadap nilai perusahaan melalui kebijakan keuangan dan pertumbuhan pada perusahaan manufaktur di bej. *Talenta conference series: local wisdom, social, and arts (lwsa)*, 1(2), 348-353. <https://doi.org/10.32734/lwsa.v1i2.206>
- Dewanata, p., hamidah, h., & ahmad, g. N. (2016). The effect of intellectual capital and islamicity performance index to the performance of islamic bank in indonesia 2010-2014 periods. *Jrmsi - jurnal riset manajemen sains indonesia*, 7(2), 259. <https://doi.org/10.21009/jrmsi.007.2.04>
- Dewi, e. P., & husain, t. (2020). Pengaruh intellectual capital dan kualitas audit terhadap nilai perusahaan dengan dividend policy sebagai variabel moderasi. *Ultimaccounting : jurnal ilmu akuntansi*, 11(2), 142-159. <https://doi.org/10.31937/akuntansi.v11i2.1428>

- Dewi, v. S., & ekadjaja, a. (n.d.). *Perusahaan manufaktur*. 2(1), 118–126.
- Dhani, i. P., & utama, a. . G. S. (2017). Pengaruh pertumbuhan perusahaan, struktur modal, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. *Jurnal riset akuntansi dan bisnis airlangga*, 2(1), 135–148. <https://doi.org/10.31093/jraba.v2i1.28>
- Ella, s., & alfika, d. (2020). Pengaruh return on assets , net profit margin , dept to equity ratio , dan corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor food and beverages yang terdaftar di bursa efek indonesia ( bei ) periode 2015-2018. 02(01), 70– 89.
- Gamayuni, r. R. (2015). “the effect of intangible asset, financial performance, and financial policies on the firm value.” *Internasional jurnal of scientific and technology research*, 4(1), 202.
- Ghozali, imam. 2016. *Aplikasi analisis multivariete dengan program ibm spss 23* (edisi 8). Cetakan ke viii. Semarang : badan penerbit universitas diponegoro
- Handayani, s. (2020). Pengaruh intangible asset , debt to equity ratio , dan return on asset terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek indonesia periode 2014-2018. *Jurnal riset manajemen sekolah tinggi ilmu ekonomi widya wiwaha program magister manajemen*, 7(1), 46–57. <https://doi.org/10.32477/jrm.v7i1.187>
- Himawan, f. A., & widiastuti, a. (2021). Pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, leveragedan umur perusahaan terhadap pengungkapan intellectual capital. *Jurnal manajemen bisnis*, 24(2), 164–180.
- Indriasari, i. (2018). *Stability journal of management & business*. Analisis pemilihan sukuk sebagai instrumen investasi, 1(1), 1–14.
- Irnawati, j. (2019). Pengaruh return on assets (roa), return on equity (roe) dan current ratio (cr) terhadap nilai perusahaan dan dampaknya terhadap kebijakan deviden ( studi kasus pada perusahaan construction and engine ering yang terdaftar di bursa efek singapura ). *Jurnal sekuritas (saham, ekonomi, keuangan dan investasi)*, 2(2), 1–13.
- Jaya, s. (2020). Pengaruh ukuran perusahaan (firm size) dan profitabilitas (roa) terhadap nilai perusahaan (firm value) pada perusahaan sub sektor property dan real estate di bursa efek Indonesia (bei). *Jurnal manajemen motivasi*, 16(1), 38.
- Isvara, K. Y. M. D., Wahyuni, M. A., & Julianto, P. (2017). Pengaruh Intellectual Capital terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Intervening (Studi Perusahaan Manufaktur pada Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2016). *E-Jurnal S1 Ak Universitas Pendidikan*

- Khumairoh, Kalbuana, N., & Mulyati, H. (2016). Pengaruh Leverage, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Garment dan Textile yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2015). *Syariah Paper Accounting FEB UMS*, 3(2011), 71–81.
- Kombih, M. T., & Suhardianto, N. (2018). Pengaruh Aktivitas Pemasaran, Kinerja Keuangan, Dan Aset Tidak Berwujud Terhadap Nilai Perusahaan. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 1(3), 281–302. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2017.v1.i3.1909>
- Laksmi, a. A. S. D., & wirawati, n. G. P. (2022). Profitabilitas, good corporate governance, pengungkapan corporate social responsibility dan nilai perusahaan. *E-jurnal akuntansi*, 32(4), 1046. <https://doi.org/10.24843/eja.2022.v32.i04.p16>
- Marwa, A., Isyнуwardhana, D., Nurbaiti, A., & Telkom, U. (2017). Intangible asset , profitabilitas , dan sustainability report. 9(2), 80–88.
- Maylani EA, T. S. (2020). Pengaruh Leverage Dan Perubahan Intangible Asset Terhadap Kinerja Perusahaan Dengan Komite Audit Sebagai Variabel Moderating. 5(1), 1–1
- Nila, L., & Suryanawa, I. K. (2018). Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility sebagai Pemoderasi. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 23(3), 2145–2174.
- Nurdin, nurul nisah, Hady, H., & Nalurita, F. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Pengungkapan Intellectual Capital. *Seminar Nasional Pakar*, 1–7.
- Pramesti, d. A. D. G., & yasa, i. N. M. (2019). Pengaruh investasi dan inflasi terhadap pertumbuhan ekonomi dan ketimpangan distribusi pendapatan di kabupaten klungkung. *E-jurnal ep unud*, 8(11), 2562–2590. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/eep/article/view/52321/32348>
- Robiyanto, R., Nafiah, I., Harijono, H., & Inggawati, K. (2020). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Perhotelan Dan Pariwisata Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 14(1), 46–57. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v14i1.153>
- Rejeki, h. T., & haryono, s. (2021). Pengaruh leverage dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan di indonesia. *Invoice : jurnal ilmu akuntansi*, 3(1), 1–9. <https://doi.org/10.26618/inv.v3i1.4969>
- Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Bisnis (Cetakan ke-16, Maret 2012). Bandung

- Sutama, D. R., & Lisa, E. (2018). Pengaruh leverage dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan (studi pada perusahaan sektor manufaktur food and beverage yang terdaftar di bursa efek indonesia). *Sains manajemen dan akuntansi*, *x*(2), 65–85.
- <https://doi.org/10.29406/jmm.v16i1.2136> kemara dewi, a., & badjra, i. (2017). Pengaruh profitabilitas, aktiva tidak berwujud, ukuran perusahaan, dan struktur modal terhadap nilai perusahaan. *E-jurnal manajemen universitas udayana*, *6*(4), 25430
- Dewi, V. S., & Ekadjaja, A. (n.d.). *PERUSAHAAN MANUFAKTUR*. *2*(1), 118–126.
- Himawan, F. A., & Widiastuti, A. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage Dan Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan Intellectual Capital. *Jurnal Manajemen Bisnis*, *24*(2), 164–180.
- Khumairoh, Kalbuana, N., & Mulyati, H. (2016). Pengaruh Leverage, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Garment dan Textile yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2015). *Syariah Paper Accounting FEB UMS*, *3*(2011), 71–81.
- Laksmi, A. A. S. D., & Wirawati, N. G. P. (2022). Profitabilitas, Good Corporate Governance, Pengungkapan Corporate Social Responsibility dan Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi*, *32*(4), 1046. <https://doi.org/10.24843/eja.2022.v32.i04.p16>
- Nurdin, Nurul Nisah, Hady, H., & Nalurita, F. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Pengungkapan Intellectual Capital. *Seminar Nasional Pakar*, 1–7.
- Pramesti, D. A. D. G., & Yasa, I. N. M. (2019). Pengaruh Investasi dan Inflasi Terhadap Pertumbuhan Ekonomi dan Ketimpangan Distribusi Pendapatan di Kabupaten Klungkung. *E-Jurnal EP Unud*, *8*(11), 2562–2590.
- Pambudi, N. M., & Andayani. (2017). Pengaruh Modal Intelektual dan Indeks Pengungkapan Modal Intelektual Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, *6* (5), 2091–2110
- Rejeki, H. T., & Haryono, S. (2021). Pengaruh Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Di Indonesia. *Invoice : Jurnal Ilmu Akuntansi*, *3*(1), 1–9. <https://doi.org/10.26618/inv.v3i1.4969>
- Santiani, N. P. (2018). Pengaruh Intellectual Capital Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi*, *13* (2), 69–78.

Sutama, D. R., & Lisa, E. (2018). PENGARUH LEVERAGE DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Studi pada Perusahaan Sektor Manufaktur Food and Beverage yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *Sains Manajemen Dan Akuntansi*, X(2), 65–85.

