

Pengaruh Kepemilikan Institusional, *Corporate Social Responsibility* (CSR), *Intellectual Capital* (IC), dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Sektor Food and Beverage yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2022)

Anastacia Swastika Dharma Gunawan¹⁾, Andy²⁾
Universitas Buddhi Dharma^{1,2}

Email : anastaciaswastika@gmail.com, andy.andy@ubd.ac.id

ABSTRAK

Nilai Perusahaan merupakan suatu kondisi yang dicapai perusahaan sebagai bukti dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan yang sering kali dikaitkan dengan harga saham perusahaan tersebut. Dalam penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kepemilikan institusional, *corporate social responsibility*, *intellectual capital*, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Populasi dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu perusahaan manufaktur sektor food and beverage yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia pada tahun 2019 sampai dengan tahun 2022. Data diperoleh dengan menggunakan data sekunder, dengan metode purposive sampling, terdapat 16 perusahaan yang memenuhi kriteria untuk pengambilan sampel data. Kesimpulan yang dapat diambil dalam penelitian ini adalah bahwa kepemilikan institusional berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, *corporate social responsibility* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, *intellectual capital* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, Ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, Secara simultan, kepemilikan institusional, *corporate social responsibility*, *intellectual capital*, dan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci: Kepemilikan Institusional, Corporate Social Responsibility, Intellectual Capital, Ukuran Perusahaan, Nilai Perusahaan

PENDAHULUAN

Semakin pesatnya perkembangan ekonomi dunia sekarang ini sehingga mengharuskan perusahaan agar lebih meningkatkan efektifitas dan efisiensi perusahaannya (Dwijayanti et al., 2021). Secara garis besar terdapat dua tujuan utama didirikan suatu perusahaan yaitu *short-term goals* dan *long-term goals*. *Short-term goals* (Tujuan jangka pendek) yang harus dicapai suatu perusahaan yaitu untuk mendapatkan keuntungan. Sedangkan *long-term goals* perusahaan adalah untuk memaksimalkan *corporate value* perusahaan tersebut.

Suatu langkah yang bisa diambil untuk meningkatkan *corporate value* yaitu melalui penerapan prinsip tata kelola perusahaan yang efektif. Untuk mencapai tujuan tersebut, berbagai pihak harus turut serta, termasuk peran kepemilikan institusional. Kepemilikan institusional memegang peran kunci dalam memastikan terciptanya *Good Corporate Governance* dengan melakukan pengawasan yang optimal terhadap manajemen perusahaan.

Dalam proses menjaga nilai suatu perusahaan tidak hanya diperlukan tata kelola perusahaan yang baik tapi juga memerlukan tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*). Hal ini dikarenakan semakin besar nya suatu perusahaan maka akan semakin besar pula dampak yang ditimbulkan kepada sosial dan lingkungan.

Pertumbuhan era digital yang semakin berkembang belakangan ini memiliki dampak yang signifikan bagi dunia ekonomi dan bisnis. Perusahaan harus menyadari bahwa aset fisik sudah tidak lagi menjadi hal yang utama, melainkan aset tidak berwujud (*Intangible Asset*) yang lebih banyak dibutuhkan seperti pengetahuan dan informasi. Contoh dari *intangible asset* tersebut yaitu modal intelektual (*Intellectual Capital*) (Rosiana & Mahardhika, 2020). Keberadaan Modal Intelektual dapat memberikan dampak positif pada kinerja keuangan karena dengan adanya Sumber

Daya Manusia (SDM) yang memiliki kredibilitas tinggi, dapat menghasilkan laporan keuangan dengan akurat sehingga akan mengurangi tingkat manipulasi dan dapat meningkatkan *corporate value* (Marsono, 2023).

Ukuran perusahaan merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan ukuran besar kecilnya perusahaan jika dihitung dengan total aktiva, jumlah penjualan, rata-rata tingkat penjualan, dan rata-rata total aktiva (Risna et al., 2021).

TINJAUAN PUSTAKA

Kepemilikan Institusional

Menurut (Suaidah,2020,24) mengatakan bahwa :

“Kepemilikan Institusional merupakan jumlah besarnya saham yang dimiliki institusi dari total saham yang beredar di pasar.”

Menurut (Amiyanto & Sutrisno, 2022) mengatakan bahwa :

“Kepemilikan Institusional merupakan suatu kepemilikan saham yang dimiliki oleh institusi yang berasal dari pihak eksternal yang terdiri dari instansi perbankan, rumah sakit, perusahaan asuransi, yayasan, perusahaan investasi, ataupun pemerintah.”

Kepemilikan Institusional dapat diukur menggunakan rasio antara jumlah lembar saham yang dimiliki oleh institusi terhadap jumlah lembar saham perusahaan yang beredar secara keseluruhan (Tamrin & Maddatuang, 2019). Rumus yang digunakan untuk mengukur kepemilikan institusional adalah sebagai berikut :

$$KI = \frac{\sum \text{Saham yang dimiliki}}{\sum \text{Saham yang beredar}} \times 100\%$$

Sumber : (Suaidah, 2020, 26)

Corporate Social Responsibility

Menurut (Prasetyono, 2021,42) pengertian *Corporate Social Responsibility* (CSR) yaitu :

“*Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan usaha yang dilakukan perusahaan dalam rangka menyeimbangkan komitmennya terhadap suatu kelompok atau individual dalam lingkungan perusahaan, termasuk didalamnya pelanggan, para karyawan, dan investor.”

CSR diukur menggunakan *Corporate Social Responsibility Index (CSRI)* berdasarkan standar pelaporan internasional yang disusun oleh *Global Reporting Initiative (GRI)*. Rumus yang digunakan untuk melakukan pengukuran CSR yaitu :

$$CSRI_j = \frac{\sum X_{ij}}{nj}$$

Sumber : (Putri & Mardenia, 2019)

Intellectual Capital

Menurut (Silalahi, 2021,1) pengertian *intellectual capital* yaitu:

“Modal Intelektual (*Intellectual Capital*) merupakan istilah yang merujuk pada aset tak berwujud yang mencakup sumber daya informasi dan pengetahuan. Fungsi utamanya adalah untuk meningkatkan kemampuan bersaing dan kinerja perusahaan.”

Menurut (Priatna & Limakrisna, 2021,3) pengertian *Intellectual Capital (IC)* yaitu :

“*Intellectual Capital* adalah gabungan dari knowledge, experience, dan skill yang dimiliki oleh karyawan, bersama dengan hubungan baik dengan supplier dan kemampuan teknologi perusahaan. Ini merupakan faktor yang dapat meningkatkan value dan memberikan kelebihan kompetitif bagi sebuah perusahaan.”

Adapun rumus yang digunakan untuk melakukan pengukuran terhadap *intellectual capital* yaitu sebagai berikut :

$$VAIC = VACA + STVA + VAHU$$

Sumber : (Silalahi, 2021,6)

Ukuran Perusahaan

Menurut (Effendi & Ulhaq, 2020) pengertian ukuran perusahaan yaitu :

“Ukuran Perusahaan adalah parameter yang dapat memperlihatkan besar atau kecilnya sebuah perusahaan, yang terlihat dari total aset, total penjualan, dan jumlah tenaga kerja yang dimiliki.”

Ukuran perusahaan dapat diukur dengan ukuran yang berbeda, termasuk jumlah modal yang dikeluarkan, jumlah pendapatan yang diterima, jumlah penjualan yang didapatkan, jumlah saham yang diterbitkan, nilai pasar, total aset, dan sebagainya (Callista & Peng Wi, 2022). Rumus yang digunakan untuk menghitung ukuran perusahaan yaitu :

$$\text{Firm Size} = \text{Ln}(\text{Total Aset})$$

Sumber : (Chandi & Herijawati, 2023)

Nilai Perusahaan

Menurut (Indrarini, 2019) pengertian nilai perusahaan yaitu :

“Nilai Perusahaan merupakan pandangan yang dimiliki oleh seorang investor mengenai seberapa baik manajer telah berhasil mengalokasikan sumber daya yang dimiliki perusahaan dan telah diberikan kepadanya. Hal tersebut seringkali terkait erat bersama harga saham perusahaan di pasar keuangan.”

Ada beberapa perbandingan yang biasa dipakai untuk menghitung nilai perusahaan, namun salah satu yang sering dipakai yaitu PBV. Price to Book Value (PBV) merupakan sebuah rasio keuangan yang dijadikan sebagai pebanding harga pasar saham per lembar dengan nilai buku per lembar saham (Arianto & Limajatini, 2021). Adapun rumus dari PBV yaitu sebagai berikut :

$$PBV = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Nilai Buku Per Saham}}$$

Sumber : (Thalia & Anggraeni, 2022)

METODE

Jenis dan Objek Penelitian

Jenisi penelitian adalah suatu faktor yang bisa memainkan peran kunci dalam menentukan metode yang akan digunakan dalam penelitian. Pendekatan Kuantitatif merupakan jenis penelitian yang digunakan dalam riset atau penelitian ini. Metode penelitian kuantitatif merupakan penelitian dimana pemaknaan fenomena ataupun variabel yang diteliti melakukan pendekatan ukuran kuantitatif seperti data numerik yang diambil dari hasil pengukuran kuantitatif variabel, angket, dan data statistik (Sugeng, 2022,28).

Objek penelitian merupakan suatu gambaran yang dapat menerangkan suatu situasi dari objek yang akan diteliti agar terlihat secara jelas gambaran penelitian tersebut. Dalam penelitian ini objek yang digunakan yaitu laporan keuangan perusahaan manufaktur khususnya sektor *food and beverage* tahun 2019-2022.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data sekunder berupa laporan keuangan perusahaan. Data sekunder merupakan data penelitian yang didapat tidak secara langsung dari subjek penelitian melainkan dari pihak ketiga (Sugeng, 2022,292-293).

Sumber data merupakan suatu sumber dari mana data tersebut diperoleh. Sumber data pada penelitian ini yaitu data laporan keuangan yang terdapat di *website* resmi *Indonesia Stock Exchange (IDX)* yaitu www.idx.co.id.

Populasi dan Sampel

Menurut (Sugeng, 2022) pengertian populasi penelitian yaitu :
 “Populasi penelitian merupakan jumlah keseluruhan individu baik manusia ataupun benda dan objek yang mempunyai karakteristik yang sesuai dan menjadi sasaran mengenai hasil penelitian.”

Dalam penelitian ini populasi data

terdiri dari perusahaan-perusahaan sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2019-2022 yaitu sebanyak 25 perusahaan.

Menurut (Swarjana, 2022,13) Sampel penelitian yaitu :

“Sampel penelitian merupakan sejumlah kasus yang dipilih dari sekumpulan populasi kasus yang lebih besar dengan tujuan agar dapat memperkirakan karakteristik dari himpunan atau populasi yang lebih besar.”

Pada penelitian ini pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *Purposive Sampling* yang merupakan sebuah teknik *non random sampling* dimana pengambilan sampel berdasarkan kepada beberapa kriteria atau pertimbangan yang telah ditetapkan oleh peneliti. Sampel pada penelitian ini yaitu sebanyak 16 Perusahaan.

HASIL

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel IV. 11

Hasil Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)

| Model Summary ^b | | | | |
|----------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .497 ^a | .247 | .196 | 1.423111 |

a. Predictors: (Constant), Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Institusional, Corporate Social Responsibility, Intellectual Capital

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa nilai *Adjusted R²* sebesar 0,196 atau 19,6%. Nilai *Adjusted R²* yang didapat dipengaruhi oleh variabel-variabel independen yaitu Kepemilikan Institusional, *Corporate Social Responsibility (CSR)*, *Intellectual Capital*, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. Sedangkan nilai sisanya sebesar 0,804 atau 80,4% dipengaruhi oleh variabel-variabel independen lain yang tidak ada didalam penelitian ini.

Nilai *Adjusted R²* berkisar antara $0 < R^2 < 1$ atau $0 < 0,196 < 1$ yang mana dapat disimpulkan bahwa nilai *Adjusted R²* mendekati 1 sehingga variabel bebas (Kepemilikan Institusional, *Corporate*

Social Responsibility (CSR), *Intellectual Capital*, dan Ukuran Perusahaan) kurang dapat memberikan informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel terikat (Nilai Perusahaan).

Uji Pengaruh Parsial (Uji T)

Tabel IV. 13
 Hasil Uji Pengaruh Parsial (Uji T)

| Model | | Coefficients ^a | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------|---------------------------------|---------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| | | Unstandardized B | Std. Error | | | |
| 1 | (Constant) | 7.969 | 3.940 | | 2.023 | .048 |
| | Kepemilikan Institusional | 2.783 | .951 | .343 | 2.925 | .005 |
| | Corporate Social Responsibility | -5.924 | 2.282 | -.350 | -2.596 | .012 |
| | Intellectual Capital | -.045 | .097 | -.064 | -.461 | .647 |
| | Ukuran Perusahaan | -.158 | .144 | -.143 | -1.099 | .276 |

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

1. Pengaruh Kepemilikan Institusional Terhadap Nilai Perusahaan

Hipotesis pertama penelitian ini menyatakan adanya pengaruh antara kepemilikan institusional terhadap nilai perusahaan. Hasil yang didapat dari pengujian menunjukkan nilai t sebesar 2,925 untuk variabel kepemilikan institusional, melampaui nilai t-tabel sebesar 2,001 sedangkan tingkat signifikansi 0,005, lebih kecil dari 0,05.

Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa hipotesis pertama diterima atau kepemilikan institusional berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Artinya semakin tinggi nilai kepemilikan institusional maka akan meningkatkan nilai perusahaan.

2. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan

Hipotesis kedua dari penelitian ini yaitu terdapat hubungan antara *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan. Pengujian yang dilakukan terhadap variabel

Corporate Social Responsibility (CSR) menghasilkan hasil sebagai berikut: nilai t hitung sebesar -2,596 berada di bawah nilai t tabel sebesar 2,001 dan tingkat signifikansi sebesar 0,012 yang lebih kecil dari 0,05.

Berdasarkan hasil uji dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua diterima dimana terdapat pengaruh negatif dan signifikan antara *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan. Artinya, jika suatu perusahaan mengintensifkan inisiatif *Corporate Social Responsibility* (CSR), maka nilai perusahaannya berpotensi menurun.

3. Pengaruh *Intellectual Capital* (IC) Terhadap Nilai Perusahaan

Hipotesis ketiga pada penelitian ini yaitu diduga *Intellectual Capital* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil uji variabel *Intellectual Capital* menghasilkan nilai t hitung -0,461 < 2,001 t tabel dan nilai sig 0,647 > 0,05.

Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa hipotesis ketiga ditolak atau *Intellectual Capital* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Artinya tinggi rendahnya *Intellectual Capital* tidak mempengaruhi nilai perusahaan.

4. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Hipotesis keempat pada penelitian ini yaitu diduga Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil uji variabel Ukuran Perusahaan menghasilkan nilai t hitung -1,099 < 2,001 t tabel dan nilai sig 0,276 > 0,05.

Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa hipotesis keempat ditolak atau Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Artinya tinggi rendahnya ukuran perusahaan tidak mempengaruhi nilai perusahaan.

Uji Pengaruh Simultan (Uji F)

Tabel IV. 14
 Hasil Uji Pengaruh Simultan (Uji F)

| | | ANOVA ^a | | | | |
|-------|------------|--------------------|----|-------------|-------|-------------------|
| Model | | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 39.158 | 4 | 9.790 | 4.834 | .002 ^b |
| | Residual | 119.489 | 59 | 2.025 | | |
| | Total | 158.648 | 63 | | | |

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

b. Predictors: (Constant), Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Institusional, Corporate Social Responsibility, Intellectual Capital

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa nilai f hitung > f tabel atau 4,834 > 2,53 dengan nilai signifikan sebesar 0,002 < 0,05. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa hipotesis kelima diterima karena Kepemilikan Institusional, *Corporate Social Responsibility* (CSR), *Intellectual Capital* (IC), dan Ukuran Perusahaan berpengaruh secara simultan terhadap Nilai Perusahaan.

KESIMPULAN

1. Kepemilikan Institusional berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2019-2022. Hal ini dibuktikan dengan hasil signifikansi pada hasil uji parsial yaitu sebesar 0,005 atau lebih kecil dari 0,05. Sehingga hipotesis pertama (H1) dalam penelitian ini diterima.
2. *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2019-2022. Hal ini dibuktikan dari hasil signifikansi pada hasil uji parsial yaitu sebesar 0,012 atau lebih kecil dari 0,05. Sehingga hipotesis kedua (H2) dalam penelitian ini diterima.
3. *Intellectual Capital* (IC) tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2019-2022. Hal ini dibuktikan

dengan hasil signifikansi pada hasil uji parsial yaitu sebesar 0,647 atau lebih besar dari 0,05. Sehingga hipotesis ketiga (H3) dalam penelitian ini ditolak.

4. Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2019-2022. Hal ini dibuktikan dengan hasil signifikansi pada hasil uji parsial yaitu sebesar 0,276 atau lebih besar dari 0,05. Sehingga hipotesis keempat (H4) dalam penelitian ini ditolak.
5. Berdasarkan hasil uji signifikansi simultan (Uji f) dalam penelitian ini, bahwa nilai f hitung > f tabel (4,834 > 2,53), dan nilai signifikan sebesar 0,002 yang memiliki arti Kepemilikan Institusional, *Corporate Social Responsibility* (CSR), *Intellectual Capital* (IC), dan Ukuran Perusahaan secara simultan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa hipotesis kelima (H5) dapat diterima.

REFERENSI

- Amiyanto, Y., & Sutrisno, E. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, Kepemilikan Institusional, dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 11(11).
- Arianto, A., & Limajatini. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Return On Assets (ROA), dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-1019). *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1).
- Callista, C., & Peng Wi. (2022). Analisis Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, Likuiditas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. 4(3), 676-688.
- Chandi, C. E., & Herijawati, E. (2023).

- Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Solvabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Subsektor Tekstil dan Garmen yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2021). *GLOBAL ACCOUNTING: JURNAL AKUNTANSI*, 2(1), 1-9.
- Dwijayanti, E., Rinofah, R., & Sari, P. P. (2021). Pengaruh Intellectual Capital, CSR, dan GCG terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Periode 2015-2019. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(2), 495-512.
- Effendi, E., & Ulhaq, R. D. (2020). *Pengaruh Audit Tenur, Reputasi Auditor, Ukuran Perusahaan, dan Komite Audit* (Abdul, Ed.; 1st ed.). Penerbit Adab.
- Indrarini, S. (2019). *Nilai Perusahaan Melalui Kualitas Laba* (N. Azizah, Ed.). Scopindo Media Pustaka.
- Marsono, A. Z. (2023). *Pengaruh Intellectual Capital, Corporate Social Responsibility, dan Good Corporate Governance Terhadap Kinerja Keuangan*. 12(2), 1-13.
- Prasetyono. (2021). *Corporate Governance, Corporate Social Responsibility, dan Earnings Management di Indonesia* (A. D. Ervanto, Ed.). CV. Adanu Abimata.
- Priatna, D. K., & Limakrisna, N. (2021). *BUKU REFERENSI INTELLECTUAL CAPITAL MANAGEMENT Building Your Employee Passion and Happiness* (M. Lanjarwati, Ed.). Deepublish.
- Putri, K. A. T., & Mardenia, L. (2019). Pengaruh GCG, CSR, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Wahana Akuntansi*, 14(2), 156-169.
- Risna, L. G., Aditya, R., & Putra, K. (2021). *Pengaruh Ukuran Perusahaan dan leverage Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan pada perusahaan otomotif dan komponen yang terdaftar di BEI*. 9(2), 141-155.
- Rosiana, A., & Mahardhika, A. S. (2020). Pengaruh Good Corporate Governance dan Intellectual Capital Terhadap Kinerja Keuangan. *SIKAP*, 5(1), 76-89.
- Silalahi, E. M. (2021). *INTELLECTUAL CAPITAL (Improve Your Employee Productivity and Performance)* (M. Muarifah, Ed.). Deepublish publisher.
- Suaidah, Y. M. (2020). *Good Corporate Governance Dalam Biaya Keagenan Pada Sistem Perbankan Indonesia* (Y. M. Suaidah, Ed.). Scopindo Media Pustaka.
- Sugeng, B. (2022). *Fundamental Metodologi Penelitian Kuantitatif (Eksplanasi)* (A. Y. Wati, Ed.). Deepublish.
- Swarjana, I. K. (2022). *POPULASI-SAMPEL, TEKNIK SAMPLING & BIAS DALAM PENELITIAN* (E. Risanto, Ed.). CV. ANDI OFFSET.
- Tamrin, M., & Maddatuang, B. (2019). *Penerapan Konsep Good Corporate Governance Dalam Industri Manufaktur di Indonesia* (A. M. Sari, Ed.). PT Penerbit IPB Press.
- Thalia, F., & Anggraeni, Rr. D. (2022). Pengaruh Penghindaraan Pajak, Perataan Laba, Dan Kebijakan Hutang Terhadap Nilai Perusahaan. *Global Accounting : Jurnal Akuntansi*, 1(3).