

SKRIPSI

**PENGARUH *INTANGIBLE ASSETS* TERHADAP *FIRM VALUE*
PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR
DI BURSA EFEK INDONESIA**



DIAJUKAN OLEH:

NAMA : MONICA SHARON RENNATH

NIM : 125180252

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI**

**PROGRAM STUDI S1 AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS TARUMANAGARA**

JAKARTA

2022

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama mahasiswa : Monica Sharon Rennath

NPM (Nomor Pokok Mahasiswa) : 125180252

Program Studi : Akuntansi



Dengan ini saya menyatakan, apakabila dalam pembuatan skripsi ternyata saya:

1. Melakukan plagiat/menyontek;
2. Mengutip tanpa menyebutkan sumbernya;
3. Menggunakan data fiktif atau memanipulasi data;
4. Melakukan riset perusahaan fiktif (hal ini Jurusan Akuntansi/Manajemen dapat konfirmasi langsung ke perusahaan terkait sesuai dengan surat risetnya).

Saya bersedia dikenakan sanksi berupa pembatalan skripsi dan diskors maksimal 2 (dua) semester. Kemudian apabila hal di atas terbukti setelah lulus ujian skripsi/komprehensif saya bersedia dinyatakan batal skripsi dan kelulusannya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Jakarta, 3 Januari 2022



Catatan:

1. Asli dikembalikan ke jurusan Akuntansi/Manajemen dan difotocopy untuk mahasiswa yang bersangkutan.
2. Harap disertakan pada skripsi sebelum maupun setelah lulus ujian dan revisi.

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : MONICA SHARON RENNATH
NPM : 125180252
PROGRAM / JURUSAN : S1 / AKUNTANSI
KONSENTRASI : AKUNTANSI KEUANGAN MENENGAH
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH *INTANGIBLE ASSETS* TERHADAP
FIRM VALUE PADA PERUSAHAAN
MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR
DI BURSA EFEK INDONESIA

Jakarta, 18 Januari 2022

Pembimbing,

(Henryanto Wijaya, S.E., M.M., Ak., CA.)

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

JAKARTA

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : MONICA SHARON RENNATH

NPM 125180252

PROGRAM / JURUSAN : S1 / AKUNTANSI

JUDUL SKRIPSI

PENGARUH *INTANGIBLE ASSETS* TERHADAP *FIRM VALUE*

PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG

TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA

Telah diuji pada sidang Skripsi pada tanggal 18 Januari 2022 dan dinyatakan lulus dengan majelis pengujian terdiri dari:

1. Ketua : Hendro Lukman, S.E., M.M., Ak., CPMA, CA, CPA
2. Anggota : Henryanto Wijaya S.E., M.M., Ak., CA
Viriany S.E., Ak., M.M., CA, BKP

Jakarta, 18 Januari 2022

Pembimbing

Henryanto Wijaya S.E., M.M., Ak., CA

**PENGARUH *INTANGIBLE ASSETS* TERHADAP *FIRM VALUE*
PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR
DI BURSA EFEK INDONESIA**

Monica Sharon Rennath

ABSTRAK:

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana peran *intangible assets* berupa *research and development*, *advertisement*, dan *human capital* terhadap *firm value* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2018-2020. Sampel dipilih dengan metode *purposive sampling* dan data yang valid adalah 90 perusahaan. Teknik pengolahan data menggunakan analisis regresi berganda yang dibantu oleh program Microsoft Excel 2010 dan EViews 12 Student Version Lite. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *intangible assets* berupa *research and development*, *advertisement*, dan *human capital* serta variabel kontrol ukuran perusahaan dan usia perusahaan secara simultan atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen *firm value*. Implikasi dari penelitian ini adalah perlunya peningkatan peran *intangible assets* yang akan meningkatkan nilai perusahaan dan menarik investor untuk berinvestasi.

Kata kunci: Aset Tidak Berwujud, Penelitian dan Pengembangan, Periklanan, Modal Manusia, Nilai Perusahaan

ABSTRACT:

This study aims to find out how the role of intangible assets in the form of research and development, advertisement, and human capital on firm value in manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange during 2018-2020. The sample was selected by purposive sampling method and the valid data were 90 companies. The data processing technique used multiple regression analysis assisted by Microsoft Excel 2010 and EViews 12 Student Version Lite. The results of this study indicate that intangible assets in the form of research and development, advertisement, and human capital as well as control variables of company size and company age simultaneously or jointly have a significant effect on the dependent variable of firm value. The implication of this research is the need to increase the role of intangible assets that will increase the value of the company and attract investors to invest.

Keywords: Intangible Assets, Research and Development, Advertisement, Human Capital, Firm Value.

HALAMAN MOTTO

*“Hiduplah untuk Tuhan dan diri sendiri,
bukan untuk memuaskan kehendak orang lain”*

HALAMAN PERSEMBAHAN

**Skripsi ini saya persembahkan untuk
orang tua, keluarga, saudara, sahabat, teman-teman,
serta mereka-mereka yang menanti saya mendapatkan gelar sarjana.**

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Allah Bapa, Yesus Kristus, Roh Kudus, dan Bunda Maria, oleh karena kuasa dan anugerah-Nya, penyertaan dan kasih-Nya yang besar sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul: “Pengaruh *Intangible Assets* terhadap *Firm Value* pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia” dengan baik.

Penulis sangat menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena segala keterbatasan yang ada. Untuk itu, dalam rangka menyempurnakan skripsi ini, penulis membutuhkan dukungan dan bimbingan berupa kritik dan saran yang bersifat membangun.

Skripsi ini penulis persembahkan kepada kedua orang tua (Lorens Panggerapan, S.Kom dan Natalia, S.E.) yang telah tulus ikhlas memberikan, dukungan, kasih sayang, doa, perhatian, dukungan moral dan materil yang telah diberikan selama ini. Terima kasih telah meluangkan segenap waktunya untuk merawat, mendidik, membimbing, dan mengiringi perjalanan hidup penulis dengan doa yang tiada henti agar penulis sukses dalam menggapai cita-cita. Untuk kakakku, Birgitta Evangeline Rennath, dan adik-adikku, Marcella Audrey Rennath dan Christopher Brandon Rennath terima kasih sudah ikut membantu saya dalam menyusun skripsi ini dengan doa dan dukungan moral. Khusus untuk oma, The Lie Hia, terima kasih untuk selalu mendoakan saya, memberikan bantuan moral, juga sabar menghadapi saya selama penyusunan skripsi ini.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, karena itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. DR. Ir. Agustinus Purna Irawan S.T., M.T. Sebagai Rektor Universitas Tarumanagara
2. Bapak Dr. Sawidji Widoatmodjo, SE, MM, MBA sebagai Dekan FEB Universitas Tarumanagara
3. Bapak Hendro Lukman, S.E., M.M., Ak., CPMA, CA, CPA (Aust) selaku Ketua Jurusan Program Studi S1 Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara atas kesempatan yang diberikan untuk dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi ini.
4. Ibu Elsa Imelda S.E., Ak., M.Si., CA. selaku Ketua Program Studi S1 Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi ini.
5. Bapak Henryanto Wijaya S.E., M.M., Ak., CA. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah senantiasa membimbing, meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran, serta memberikan saran, arahan, dan dukungan selama proses pembuatan skripsi ini.
6. Para dosen dan staff pengajar di Universitas Tarumanagara yang telah memberikan ilmu pengetahuan serta bantuan kepada penulis selama menjalani masa perkuliahan.

7. Kedua orang tua Bapak Lorens Pangerapan, Ibu Maria Natalia, Oma The Lie Hia dan saudara-saudari saya Birgitta Evangeline Rennath, Marcella Audrey Rennath dan Christopher Brandon Rennath yang telah memberikan dukungan moral dan material, juga doa, serta bantuan yang besar selama proses perkuliahan dan dalam proses penyusunan skripsi ini.
8. Rekan-rekan IMAKTA (Ikatan Mahasiswa Akuntansi Tarumanagara) dan BAR (Band Universitas Tarumanagara) yang telah mengasah kemampuan dan memberikan pengalaman perkuliahan yang menyenangkan.
9. Teman-teman saya, Sharon, Christie, Stephen, Cindy, Meita, dan Tania yang sangat membantu saya dalam proses penyusunan skripsi.
10. Teman-teman online yang selalu ada untuk mendukung dan menyemangati saya.
11. Bring Me The Horizon, serta Jaehyun dan Taeyong yang telah memberikan saya hiburan dalam kondisi terpuruk.
12. Kepada seluruh pihak lainnya yang tidak dapat disebutkan satu persatu baik yang secara langsung maupun tidak langsung membantu dan mendukung saya pada proses pembuatan skripsi ini.

Penulis mengucapkan terima kasih untuk doa, perhatian, semangat, bantuan, dan nasihat yang telah membuat saya sampai di tahap ini.

Penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan tidak terlepas dari berbagai kekurangan, dalam segi kualitas dan kuantitas materi yang dibahas dalam skripsi ini yang dikarenakan berbagai keterbatasan. Akhir kata, diharapkan penulisan skripsi ini dapat bermanfaat untuk menambah wawasan dan ilmu baik untuk saya sendiri maupun bagi para pembaca.

Jakarta, Januari 2022

Penulis,
(Monica Sharon Rennath)

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK.....	v
HALAMAN MOTTO.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Permasalahan	1
1. Latar Belakang Masalah	1
2. Identifikasi Masalah.....	4
3. Batasan Masalah	6
4. Rumusan Masalah.....	6
B. Tujuan dan Manfaat	6
1. Tujuan	6
2. Manfaat	7
C. Sistematika Penulisan.....	7
BAB II LANDASAN TEORI.....	9
A. Gambaran Umum Teori	9
1. Teori Keagenan.....	9
2. Teori Asimetri Informasi	10
B. Definisi Konseptual Variabel	11
1. <i>Firm Value</i>	11

2. <i>Research and Development</i>	12
3. <i>Advertisement</i>	12
4. <i>Human Capital</i>	13
5. Usia Perusahaan	13
6. Ukuran Perusahaan	14
C. Kaitan antar Variabel	15
1. Keterkaitan <i>Research and Development</i> terhadap <i>Firm Value</i>	15
2. Keterkaitan <i>Advertisement</i> terhadap <i>Firm Value</i>	16
3. Keterkaitan <i>Human Capital</i> terhadap <i>Firm Value</i>	16
D. Penelitian Terdahulu	17
E. Kerangka & Hipotesis Penelitian	20
1. Pengembangan Hipotesis	20
2. Kerangka Pemikiran	22
BAB III METODE PENELITIAN	23
A. Desain Penelitian	23
B. Populasi, Teknik Pemilihan Sampel dan Ukuran Sampel	23
1. Populasi.....	23
2. Sampel	24
C. Operasionalisasi Variabel dan Instrumen	24
D. Analisis Data.....	27
E. Asumsi Analisis Data.....	27
1. Model Data Panel.....	27
2. Pemilihan Model Regresi Data Panel	28
F. Uji Asumsi Klasik	28
1. Uji Multikolinearitas	28
2. Uji Heteroskedastisitas	29
G. Pengujian Statistik dan Hipotesis.....	29
1. Analisis Linier Berganda	29
2. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	30
3. Uji Kelayakan Model (Uji F).....	30
4. Uji Parsial (Uji t).....	31
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	32
A. Sekilas Gambaran Umum Objek Penelitian	32

B. Hasil Uji	34
1. Analisis Statistik Deskriptif	34
2. Hasil Uji Asumsi Analisis Data	38
3. Hasil Uji Asumsi Klasik	46
4. Hasil Analisis Data	48
C. Pembahasan	55
BAB V PENUTUP	59
A. Kesimpulan	59
B. Keterbatasan dan Saran	61
1. Keterbatasan	61
2. Saran	61
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN	73
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	181

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3.1. Rumus Operasional Variabel	26
Tabel 4.1. Kriteria Pemilihan Sampel.....	33
Tabel 4.2. Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	35
Tabel 4.3. Hasil Regresi <i>Common Effect Model</i> (CEM)	39
Tabel 4.4. Hasil Regresi <i>Fixed Effect Model</i> (FEM)	40
Tabel 4.5. Hasil Regresi <i>Random Effect Model</i> (REM).....	41
Tabel 4.6. Hasil Uji Chow	42
Tabel 4.7. Hasil Uji Hausman.....	44
Tabel 4.8. Hasil Uji Lagrange Multiplier.....	45
Tabel 4.9. Hasil Uji Multikolinieritas	47
Tabel 4.10. Hasil Uji Heterokedastisitas Menggunakan Uji Glejser	48
Tabel 4.11. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	49
Tabel 4.12. Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	52
Tabel 4.13. Hasil Hasil Uji Parsial (Uji <i>t</i>).....	53
Tabel 4.14. Hasil Hasil Uji Statistik <i>F</i>	55

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran.....	22

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran I	Pemilihan Sampel 73
Lampiran II	Perusahaan Manufaktur yang Sesuai Kriteria..... 79
Lampiran III	Perhitungan <i>Firm Value</i> 82
Lampiran IV	Perhitungan <i>Research and Development</i> 102
Lampiran V	Perhitungan <i>Advertisement</i> 115
Lampiran VI	Perhitungan <i>Human Capital</i> 128
Lampiran VII	Perhitungan Usia Perusahaan..... 141
Lampiran VIII	Perhitungan Ukuran Perusahaan 148
Lampiran IX	Operasionalisasi Variabel 161

BAB I

PENDAHULUAN

A. Permasalahan

1. Latar Belakang Masalah

Dalam lingkungan bisnis yang modern, kompetitif, dan berubah dengan cepat saat ini, perusahaan berusaha penuh dengan persaingan-persaingan antar pelaku usaha. Ilmu pengetahuan dan teknologi informasi telah berkembang dengan sangat pesat dan memiliki peran yang penting dalam bidang ekonomi dan bisnis. Seiring dengan berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi, tercipta pula persaingan antara perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang manufaktur, perdagangan, dan jasa untuk menjadi yang terbaik dan berusaha mempertahankan kelangsungan perusahaan.

Kemajuan di bidang ekonomi dan bisnis juga menciptakan persaingan antar perusahaan dalam meningkatkan kinerja perusahaan melalui kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi informasi demi mencapai tujuan utama berdasarkan *theory of the firm*, yaitu memaksimalkan nilai perusahaan atau kekayaan (Kurniawan & Mertha, 2016). Oleh karena itu, setiap perusahaan melakukan berbagai inovasi dan mengembangkan strategi bisnis untuk mencegah kebangkrutan karena tiap perusahaan bertujuan untuk memaksimalkan nilainya masing-masing. Perkembangan di bidang ekonomi memiliki dampak yang besar pada pengelolaan bisnis dan keputusan strategi kompetitif mereka. Para pelaku bisnis semakin menyadari bahwa daya saing bukan hanya tentang memiliki aset, tetapi juga tentang inovasi, manajemen organisasi dan sumber daya manusia yang dimiliki.

Di Indonesia, kegiatan penggunaan aset tidak berwujud dalam mengelola sebuah perusahaan belum banyak yang menerapkan. Hal ini dapat dilihat dari kecenderungan perusahaan di Indonesia yang lebih memakai basis konvensional untuk mengembangkan bisnisnya, sehingga kurang mengikutsertakan teknologi dalam produk yang dihasilkan

(Sawarjuwono & Kadir, 2003). Maka, organisasi bisnis lebih menekankan pentingnya aset tidak berwujud agar perusahaan dapat bertahan dalam menghadapi persaingan yang ketat. Hal ini terjadi juga pada perusahaan manufaktur yang berusaha untuk memperoleh aset strategis yang dapat menjadi dasar untuk menciptakan dan mempertahankan keunggulan kompetitif perusahaan.

Selain berkewajiban atas segala aset dan sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan, manajemen perusahaan juga bertanggung jawab dalam mengontrol segala aset dan sumber daya yang dimiliki sesuai dengan aturan yang telah ditetapkan (Agustinus Simanjuntak, 2010). Perkembangan suatu perusahaan juga tergantung dari hasil pengelolaan aset berwujud dan aset tidak berwujud yang dimiliki perusahaan. Maka dari itu, sebegus dan sebanyak apapun aset yang dimiliki, sulit bagi perusahaan untuk berkembang tanpa pengetahuan untuk mengelola aset-aset tersebut (Daulay & Sadalia, 2018).

Investasi tidak berwujud perusahaan adalah bentuk pengeluaran modal oleh perusahaan dalam pemasaran, inovasi, pelatihan karyawan dan keterampilan (Webster, 2000). Investasi tidak berwujud meliputi pengeluaran untuk sumber daya manusia dalam bentuk pelatihan dan pendidikan, pengeluaran untuk penelitian dan pengembangan, dan pengeluaran untuk pengembangan pasar (Mansfield, 1984; Lynch & Black, 1998; Bontis & Fitz-Enz, 2002; Bresnahan et al., 2002; Van Ark et al., 2009).

Corrado et al. (2005) menjelaskan bahwa investasi tidak berwujud dibagi ke dalam tiga kategori besar: informasi terkomputerisasi (database dan program komputer), aset inovatif (R&D ilmiah dan tidak ilmiah), dan kelayakan ekonomi (pengetahuan terintegrasi ke dalam merek perusahaan tertentu dan modal manusia). Aset tidak berwujud terdiri dari aset yang dibuat secara otonom, seperti nilai merek dan desain, dan aset yang dibuat secara eksternal, seperti kemampuan teknologi dan ekonomi (Arrighetti et al., 2014).

Keunggulan kompetitif bergantung pada mempertahankan aset yang berharga dan unggul (Andonova & RuízPava, 2016). Aset tak berwujud berkontribusi pada keunggulan kompetitif ini (Hoskisson et al., 2000). Aset tidak berwujud memberikan keunggulan kompetitif yang signifikan dan berharga bagi perusahaan. Karena aset tidak berwujud seringkali tidak umum dan multiplikasi secara sosial, mereka lebih mungkin menciptakan keunggulan kompetitif (Hitt et al., 2001).

Aset tidak berwujud dipandang sebagai sumber daya penting untuk pengembangan dan daya saing di seluruh dunia (Montresor & Vezzani, 2015). Sumber daya tak berwujud memainkan peran mendasar dalam produksi dan penjualan barang baru dan inovatif (Arrighetti et al., 2014). Kemampuan ekonomi merupakan investasi penting dalam mengkomersialkan inovasi. Ini termasuk kegiatan seperti pelatihan karyawan dan branding. Berinvestasi dalam aset inovatif dapat dianggap sebagai biaya untuk kegiatan R&D (Goodridge & Haskel, 2016). Investasi bisnis dikembangkan dengan mengatasi pengeluaran perusahaan pada aset tidak berwujud seperti efisiensi, nilai merek, desain, dan penelitian dan pengembangan organisasi pendidikan perusahaan itu sendiri (Corrado et al., 2016).

Nilai perusahaan dapat menjadi gambaran atau sinyal informasi bagi para investor agar dapat mengambil keputusan untuk berinvestasi yang tepat. Dengan mengambil dan menetapkan keputusan investasi yang tepat, maka keputusan tersebut akan relevan dengan pengaruhnya terhadap nilai perusahaan tersebut. Apabila keputusan yang diambil sudah tepat, seharusnya pasar memberikan sinyal yang positif terhadap peristiwa yang dapat menaikkan nilai perusahaan, atau sebaliknya jika nilai perusahaan bernilai negatif maka akan menurunkan nilai perusahaan (Puspitaningtyas, 2010).

Tidak seperti penelitian sebelumnya, penelitian ini meneliti hubungan antara investasi tidak berwujud dengan nilai perusahaan sebagai ukuran kinerja untuk melihat apakah investasi pada aset tidak berwujud berkinerja berbeda pada dua jenis indikator kinerja.

Aset tidak berwujud menciptakan kemampuan untuk memaksimalkan keuntungan dan memiliki dampak yang signifikan terhadap nilai perusahaan (Gamayuni, 2015). Oleh karena itu, penelitian yang berjudul **“Pengaruh Intangible Assets terhadap Firm Value pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia”** akan berfokus pada dampak dari *human capital*, *advertisement* dan R&D terhadap *firm value*.

2. Identifikasi Masalah

Aset tidak berwujud telah menjadi pusat perhatian sebuah perusahaan, para analis dan pakar keuangan, investor, serta perumus kebijakan akuntansi untuk mengetahui dan mengikis kesenjangan antara *book value* dan *market value perusahaan* (Barton, 2005). Aktiva tidak berwujud berperan penting bagi perusahaan saat ini, namun relevansi dan determinasinya belum banyak yang meneliti secara menyeluruh dalam perumusan teori keuangan dan praktis (Shahwan, 2002).

Dari nilai aktiva tidak berwujud yang sesungguhnya sampai dengan pengakuan dan penilaiannya, dapat terjadi kerancuan dalam kerangka manajemen keuangan. Hal ini juga mendorong timbulnya hasil yang tidak akurat dalam beberapa pengukuran kinerja keuangan termasuk pengukuran biaya modal (*cost of capital*) perusahaan, yang dipandang sebagai konektor yang penting antara pembiayaan perusahaan (*corporate financing*) dan keputusan investasi (*investing decisions*) (Doppegieter, 2004).

Penelitian sebelumnya telah meneliti hubungan antara investasi tidak berwujud dan nilai perusahaan. Menurut Wijaya (2012), salah satu usaha yang dilaksanakan perusahaan saat ini demi mencapai nilai pasar yang baik yaitu dengan mengembangkan sumber daya manusia yang berkualitas,

teknologi yang terbaru, serta menjalin hubungan baik dengan pelanggan, yang merupakan elemen dari *intellectual capital*.

Bassi et al. (2002) berpendapat bahwa manajemen sumber daya manusia dengan pelatihan karyawan merupakan faktor kunci yang menciptakan nilai ekonomi perusahaan. Seperti yang ditemukan oleh Saunila dan Ukko (2014), sebagian besar industri, operasi dan manajemen perusahaan yang menguntungkan menjadi sangat bergantung pada kemampuan mereka untuk menciptakan inovasi yang dapat menciptakan aset tidak berwujud.

Cozzarin dan Percival (2006) telah menguji elemen kunci dari kinerja perusahaan (misalnya, mempromosikan reputasi perusahaan atau produk, R&D, dan pemberdayaan karyawan) sebagai strategi inovatif untuk sebuah organisasi. Berinvestasi dalam aset tidak berwujud membuat kesuksesan perusahaan lebih dapat diandalkan di pasar, yang penting untuk merek dan reputasi (Aaker, 2007; Yin Wong & Merrilees, 2008; Montresor & Vezzani, 2016).

Chen & Waters (2017) menunjukkan bahwa iklan berpengaruh positif terhadap laba. Kramer et al. (2011) & Van Ark et al. (2009) menunjukkan bahwa aset tidak berwujud secara bertahap dilihat sebagai pendorong penting inovasi dan penciptaan pengetahuan. Joshi & Hansens (2010) menunjukkan hubungan positif antara pengeluaran iklan dan nilai perusahaan, dan modal organisasi seperti modal manusia, menurut Miles & Van Cleef (2017), mempengaruhi nilai perusahaan.

Dalam Ho et al. (2005), investasi dalam R&D berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Menurut Wang et al. (2017), investasi R&D berhubungan positif dengan kinerja keuangan. Trisnajuna (2015) menyatakan bahwa nilai aset tidak berwujud berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hasil empiris menunjukkan bahwa investasi pada aset tidak berwujud memainkan peran mendasar dalam meningkatkan nilai perusahaan. Penelitian-penelitian sebelumnya mengenai aset tidak berwujud

yang berkontribusi terhadap nilai perusahaan masih jarang ditemui untuk diteliti lebih mendalam.

Dengan demikian, penelitian ini memperluas literatur yang ada tentang investasi dalam aset tidak berwujud, menyoroti peran tiga pendorong utama profitabilitas perusahaan dan nilai bisnis, bukan hanya produktivitas.

3. Batasan Masalah

Untuk mengurangi luasnya jangkauan cakupan pembahasan, maka studi ini difokuskan pada pengaruh dari *human capital*, *advertisement* dan R&D terhadap nilai perusahaan pada 90 perusahaan berjenis perusahaan manufaktur yang terdaftar Bursa Efek Indonesia dalam rentang periode 2018-2020.

4. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pembatasan masalah sebelumnya, maka masalah penelitian ini akan dikaji dalam bentuk pertanyaan sebagai berikut: (1) Apakah *human capital* berpengaruh terhadap *firm value* pada perusahaan manufaktur?; (2) Apakah *advertisement* berpengaruh terhadap *firm value* pada perusahaan manufaktur?; dan (3) Apakah R&D berpengaruh terhadap *firm value* pada perusahaan manufaktur?

B. Tujuan dan Manfaat

1. Tujuan

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui: (1) Pengaruh *human capital* terhadap *firm value* pada perusahaan manufaktur; (2) Pengaruh *advertisement* terhadap *firm value* pada perusahaan manufaktur; dan (3) Pengaruh R&D terhadap *firm value* pada perusahaan manufaktur.

2. Manfaat

Adapun tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah untuk: (1) Memberikan pemahaman tentang berpengaruh atau tidaknya *intangible assets* terhadap nilai perusahaan; (2) Membantu perusahaan manufaktur di Indonesia untuk mendalami dan mengembangkan *intangible assets* yang memiliki peran penting bagi perusahaan dengan informasi yang ada; (3) Meningkatkan keyakinan akan dampak dari *intangible assets* terhadap perusahaan sehingga dapat diungkapkan secara efektif; (4) Pengelola perusahaan manufaktur agar dapat memantapkan kembali kebijakan dalam pelaporan dan pengungkapan informasi keuangan perusahaan terkait dengan perlakuan *intangible assets*, sehingga pengelolaannya dilakukan secara tepat; (5) Memberi masukan terkait persoalan R&D, *advertisement*, dan *human capital* yang ada hubungannya dengan nilai perusahaan dalam lingkup perusahaan manufaktur; dan (6) Menjadi masukan dan sebagai pembandingan dengan penelitian-penelitian lain yang sejenis sama maupun yang jangkauan penelitiannya lebih luas bagi para peneliti selanjutnya.

C. Sistematika Penulisan

Pembahasan yang terdapat dalam antar bab saling terkait sehingga akan membentuk suatu skripsi yang tersaji secara runtut dan sistematis. Tujuan dijabarkannya sistematika penulisan adalah untuk memudahkan pemahaman dan tinjauan penelitian. Laporan penelitian ini terdiri dari lima bab, yang masing-masing dapat diringkas sebagai berikut.

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini, akan diuraikan latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan skripsi.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini, akan diuraikan landasan teori yang membahas mengenai pengertian *intangible assets*, *human capital*, *advertisement*, R&D, dan *firm value*. Selain itu akan diuraikan pula kerangka konseptual dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini, akan diuraikan mengenai desain penelitian yang dipakai terhadap obyek penelitian, populasi dan sampel, jenis dan metode dalam mengumpulkan data, serta definisi variabel penelitian dan pengukurannya yang meliputi uji hipotesis.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini, akan diuraikan tentang hasil analisis data yang dipakai serta penjelasannya. Analisis digunakan dengan metode regresi linier berganda, koefisien determinasi, uji hipotesis, dan uji asumsi klasik.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini, akan diuraikan kesimpulan yang didapat dari masalah yang terdapat pada penelitian dan hasil penyelesaian penelitian, keterbatasan penelitian, serta saran untuk peneliti berikutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. (2007). Innovation: Brand it or lose it. *California Management Review*, 50(1), 8–24.
- Abdelaal & Sase. (2014). Advertisement Analysis: A Comparative Critical Study. *Advances in Language and Literary Studies Journal*, 5, 6–11.
- Ailawadi, K. L., Lehmann, D. R., & Neslin, S. A. (2003). Revenue premium as an outcome measure of brand equity. *Journal of Marketing*, 67(4), 1–17.
- Akman, G., & Yilmaz, C. (2008). Innovative capability, innovation strategy and market orientation: an empirical analysis in Turkish software industry. *International Journal of Innovation Management*, 12(1), 69–111.
- Andonova, V., & Ruíz-Pava, G. (2016). The role of industry factors and intangible assets in company performance in Colombia. *Journal of Business Research*, 69(10), 4377–4384.
- Andras, T. L., & Srinivasan, S. S. (2003). Advertising intensity and R&D intensity: Differences across industries and their impact on firm's performance. *International Journal of Business and Economics*, 2(2), 167.
- Arrighetti, A., Landini, F., & Lasagni, A. (2014). Intangible assets and firm heterogeneity: Evidence from Italy. *Research Policy*, 43(1), 202–213.
- Bahuwa, Yazid & Pakaya, Yustika & Ismail, Juniaty. (2020). DETERMINASI ASET TIDAK BERWUJUD TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Studi Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2019). *Jurnal Akuntansi STIE Muhammadiyah Palopo*. 6(2).
- BAPEPAM. 1997. *Keputusan Ketua BAPEPAM No. Kep-11/PM/1997 Tentang Perubahan No. IX.C.7 Tentang Pedoman Mengenai Bentuk & Isi Pernyataan Pendaftaran dalam Rangka Penawaran Umum oleh Perusahaan Menengah atau Kecil*.
- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99–120.

- Barney, J. B., & Arikan, A. M. (2001). The resource-based view: Origins and implications. In *The Black-well handbook of strategic management* (pp. 124–188). Blackwell Publishers.
- Barton, Diana Dr. (2005), *Leveraging intangible assets: how a rating can help measure and communicate performance*, Corporate Strategy Today, USA, September 2005.
- Basgoze, P., & Sayin, H.C. (2013). The effect of r&d expenditure (investments) on firm value : case of istanbul stock exchange. *Journal of Business, Economic & Finance*, 2, 5–12.
- Bassi, L. J., Ludwig, J., McMurrer, D. P., & Van Buren, M. (2002). Profiting from learning: Firm-level effects of training investments and market implications. *Singapore Management Review*, 24(3), 61–76.
- Bebczuk, R. N. (2003). In R. N. Bebczuk, *Asymmetric Information in Financial Market: Introduction and Application* (pp. 7-15). United Kingdom: Cambride University Press.
- Bestivano, Wildham. 2013. *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, Profitabilitas, Dan Leverage Terhadap Perataan Laba Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di BEI (Studi Empiris pada Perusahaan Perbankan di BEI)*. Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Padang.
- Bonardi, Luca. (2001). *Analysis of the Relationship Between Advertising, Coneycentration an Profitability in US*. Manufacturing Industry Dissertation. Fordham University.
- Bontis, N., & Fitz-Enz, J. (2002). Intellectual capital ROI: A causal map of human capital antecedents and consequents. *Journal of Intellectual Capital*, 3(3), 223–247.
- Bose, I., & Pal, R. (2012). Do green supply chain management initiatives impact stock prices of firms? *Decision Support Systems*, 52(3), 624–634.
- Bresnahan, T. F., Brynjolfsson, E., & Hitt, L. M. (2002). Information technology, workplace organization, and the demand for skilled labor: Firm-level evidence. *The Quarterly Journal of Economics*, 117(1), 339–376.

- Chen, J., & Waters, G. (2017). Firm efficiency, advertising and profitability: Theory and evidence. *The Quarterly Review of Economics and Finance*, 63, 240–248.
- Chowdhury, S., Schulz, E., Milner, M., & Van De Voort, D. (2014). Core employee based human capital and revenue productivity in small firms: An empirical investigation. *Journal of Business Research*, 67(11), 2473–2479.
- Corrado, C., Haskel, J., Jona-Lasinio, C., & Iommi, M. (2016). *Intangible investment in the EU and US before and since the Great Recession and its contribution to productivity growth* (EIB Working Papers 2016/08). European Investment Bank (EIB).
- Corrado, C., Hulten, C., & Sichel, D. (2005). Measuring capital and technology: An expanded framework. In *Measuring capital in the new economy* (pp. 11–46). University of Chicago Press.
- Cozzarin, B. P., & Percival, J. C. (2006). Complementarities between organisational strategies and innovation. *Economics of Innovation and New Technology*, 15(3), 195–217.
- Daulay, I., & Sadalia, I. (2018). Pengaruh Intangible Assets Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Kebijakan Keuangan dan Pertumbuhan Pada Perusahaan Manufaktur di BEI. *Talenta Conference Series: Localwisdom, Social And Arts*, 1(2), 38–43.
- Davcik, N. S., & Sharma, P. (2016). Marketing resources, performance, and competitive advantage: A review and future research directions. *Journal of Business Research*, 69(12), 5547–5552.
- Deegan, Craig. (2003). *Financial Accounting Theory*. Australia: The McGraw Hill Companies, Inc.
- Del Valle, I. D., & Castillo, M. A. S. (2009). Human capital and sustainable competitive advantage: An analysis of the relationship between training and performance. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 5(2), 139–163.

- Dewinta, I. A. R., & Setiawan, P. E. (2016). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Tax Avoidance. *E-Jurnal Akuntansi*, 14, 1584–1615.
- Doppegieter Jan, Mazhar Ul Islam and Zoller, Martin. (2004). *Exploring the Linkage between Firms' Intangible Assets and their Cost of Capital*, working paper, International University in Germany.
- Dutta, S., Narasimhan, O., & Rajiv, S. (1999). Success in high-technology markets: Is marketing capability critical? *Marketing Science*, 18(4), 547–568.
- Gamayuni, R. (2015). The Effect Of Intangible Asset, Financial Performance And Financial Policies On The Firm Value. *International Journal Of Scientific and Technology Research*, 4(1), 202–212.
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Goodridge, P., Haskel, J., & Wallis, G. (2017). Spillovers from R&D and other intangible investment: Evidence from UK industries. *Review of Income and Wealth*, 63(1), 22–48.
- Gujarati, D. N. (2012). *Dasar-Dasar Ekonometrika*. Jakarta: Salemba Empat.
- Hartono M, Jogyanto. (2000). *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*. Yogyakarta: BPF.
- Hitt, M. A., Bierman, L., Shimizu, K., & Kochhar, R. (2001). Direct and moderating effects of human capital on strategy and performance in professional service firms: A resource-based perspective. *Academy of Management Journal*, 44(1), 13–28.

- Ho, Y. K., Keh, H. T., & Ong, J. M. (2005). The effects of R&D and advertising on firm value: An examination of manufacturing and nonmanufacturing firms. *IEEE Transactions on Engineering Management*, 52(1), 3–14.
- Hoskisson, R. E., Eden, L., Lau, C. M., & Wright, M. (2000). Strategy in emerging economies. *Academy of Management Journal*, 43(3), 249–267.
- Husein, Umar. (2011). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Edisi Kedua. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Jensen, M., C., & W. Meckling. (1976). *Theory of the firm: Managerial behavior, agency cost and ownership structure*. *Journal of Finance Economic*, 3(4), 305–360.
- Joshi, A., & Hanssens, D. M. (2010). The direct and indirect effects of advertising spending on firm value. *Journal of Marketing*, 74(1), 20–33.
- Keller, K. L. (1998). *Strategic brand management: Building, measuring, and managing brand equity*. New Jersey.
- Kim, J., & Morris, J. (2003). The effect of advertising on the market value of firms: Empirical evidence from the Super Bowl ads. *J Target Meas Anal Mark* 12, 53–65.
- Kombih, M. T. A., & Suhardianto, Novrys. (2017). Pengaruh Aktivitas Pemasaran, Kinerja Keuangan, dan Aset Tidak Berwujud Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 1(3), 281–302.
- Kotabe, M., Srinivasan, S. S., & Aulakh, P. S. (2002). Multinationality and firm performance: The moderating role of R&D and marketing capabilities. *Journal of International Business Studies*, 33, 79–97.
- Kramer, J. P., Marinelli, E., Iammarino, S., & Diez, J. R. (2011). Intangible assets as drivers of innovation: Empirical evidence on multinational enterprises in German and UK regional systems of innovation. *Technovation*, 31(9), 447–458.
- Krasnikov, A., & Jayachandran, S. (2008). The relative impact of marketing, research-and-development, and operations capabilities on firm performance. *Journal of Marketing*, 72(4), 1–11.

- Kuncoro, Mudrajad. (2003). *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Kuncoro, Mudrajad. (2011). *Metode Kuantitatif; Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi*, Edisi keempat. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN
- Kuncoro, Mudrajad. (2012). *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*. Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama.
- Kuncoro, Mudrajad. (2013). *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*, Edisi 4. Jakarta: Erlangga.
- Kurniawan, Prawira & I. Made Mertha. (2016). Kinerja Keuangan sebagai Pemediasi Pengaruh Intensitas Research and Development dan Aset Tidak Berwujud pada Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 14(1), 723–750.
- Lynch, L. M., & Black, S. E. (1998). Beyond the incidence of employer-provided training. *ILR Review*, 52(1), 64–81.
- Machfoedz, Mas'ud. (1994). *Financial Ratio Analysis and The Prediction of Earnings Changes in Indonesia*, 3(7), 114–133.
- Mahdita, S. C. (2008). *Pengaruh Intensitas Research And Development Dan Kinerja Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan*. Surabaya: Universitas Negeri Surabaya.
- Mansfield, E. (1984). *R&D and innovation: Some empirical findings R&D, patents, and productivity* (pp. 127–154). University of Chicago Press.
- Manurung, A. H. (2013). *Teori Informasi Asimetris*. Jakarta: Adler Manurung Press.
- Marcel, B., Ortan, T., & Otgon, C. (2010). Information Asymmetry Theory in Corporate Governance Systems, 516–522.
- Mariana, & Hatane, Saarce Elsy. (2015). Pengaruh Aktivitas Pemasaran Terhadap Profitabilitas dan Nilai Perusahaan Perusahaan Makanan, Minuman, dan Rokok. *Business Accounting Review*, 3(2), 281–290.

- Marwa, A., Isnuwardhana, D., & Nurbaiti, Annisa. (2017). Intangible Asset, Profitabilitas, Dan Sustainability Report Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Riset Akuntansi Kontemporer*, 9(2).
- McKee, D. O., Conant, J. S., Varadarajan, P. R., & Mokwa, M. P. (1992). Success-producer and failure-preventer marketing skills: A social learning theory interpretation. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 20(1), 17–26.
- Miles, S. J., & Van Clieaf, M. (2017). Strategic fit: Key to growing enterprise value through organizational capital. *Business Horizons*, 60(1), 55–65.
- Moniaga, Fernandes. (2013). *Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas dan Struktur Biaya Terhadap Nilai Perusahaan Industri Keramik, Procelen dan Kaca Periode 2007-2011*. *Jurnal EMBA*, 1(4), 433–442.
- Montresor, S., & Vezzani, A. (2016). Intangible investments and innovation propensity: Evidence from the Innobarometer 2013. *Industry and Innovation*, 23(4), 331–352.
- Naim, Ainun & Jogiyanto Hartono. (1996). *The effect of antitrust investigations on the management of earnings: A further empirical test of political-cost hypothesis*, 5(13), 126–141.
- Narimawati, Umi. (2008). *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif, Teori dan Aplikasi*. Bandung: Agung Medi.
- Noor, Juliansyah. (2014). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Oriani, R., & Sobrero, M. (2008). Uncertainty and the market valuation of R&D within a real options logic. *Strategic Management Journal*, 29(4), 343–361.
- Peterson, R. A., & Jeong, J. (2010). Exploring the impact of advertising and R&D expenditures on corporate brand value and firm-level financial performance. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 38(6), 677–690.
- Pramod, K. N., Krishnan, N., & Puja, P. (2012). R&D Intensity and Market Valuation of Firm: A study of R&D Incurring Manufacturing Firms in India, 1–20.

- Prayetno, Sugeng. (2017). Strategi Human Capital: Sebuah Paradigma Bagi Eksekutif. *Majalah Manajemen & Bisnis Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Ganesha*, 1(2), 93–113.
- Puspitaningtyas. (2012). Relevansi Nilai Informasi Akuntansi dan Manfaatnya bagi Investor. *Ekuitas: Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 16(2), 164–183.
- Putra, I Gede Cahyadi. (2012). Pengaruh Modal Intelektual Pada Nilai Perusahaan Perbankan yang Go Public di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Humanika*, 2(1), 1–22.
- Render, Barry & Jay Heizer. (2005). *Manajemen Operasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Rodoni, A., & Ali, H. (2014). *Manajemen keuangan modern*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Rosadi, Dedi. (2012). *Ekonometrika & Analisis Runtun Waktu Terapan dengan EViews*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Rosinta. (2018). Pengaruh NPM, DER, DPR, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Manajemen*. STIE Indonesia.
- Roussel P.A., Saad K.N. & Tamara J. E. (1991). *Managing The Link To Corporate Strategy: Third Generation R&D*. Arthur D. Little, Inc.: Harvard Business School Press, Boston, Massachusetts.
- Roziq, M., Reawaroe, H. P., & Rosyidi, A. I. (2021). Investment Perspectives in Human Resources Management and Its Contribution on Organizational Performance and Competitive Advantages. *Journal of Management and Leadership*, 4(1).
- Ruiqi, W., Wang, F., Xu, L., & Yuan, C. (2017). R&D expenditures, ultimate ownership and future performance: Evidence from China. *Journal of Business Research*, 71, 47–54.
- Santioso, L., & Chandra, E. (2012). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Leverage, Umur Perusahaan, dan Dewan Komisaris Independen dalam Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 14(1), 17–30.

- Sari, K. V. P., & Suprasto, H. Bambang. (2018). Pengaruh Human Capital Pada Nilai Perusahaan dengan Corporate Governance Sebagai Variabel Pemediasi. *Jurnal Akuntansi*, 24(2).
- Saridakis, G., Lai, Y., & Cooper, C. L. (2017). Exploring the relationship between HRM and firm performance: A meta-analysis of longitudinal studies. *Human Resource Management Review*, 27(1), 87–96.
- Saunila, M., & Ukko, J. (2014). Intangible aspects of innovation capability in SMEs: Impacts of size and industry. *Journal of Engineering and Technology Management*, 33, 32–46.
- Savitri, E. (2014). Analisis Pengaruh Leverage Dan Siklus Hidup Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Real Estate Dan Property Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akuntansi*. 3(1), 72–89.
- Sawarjuwono, T., & A. P. Kadir. (2003). Intellectual Capital: Perlakuan, Pengukuran, dan Pelaporan. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Universitas Airlangga*, 5(1), 35–57.
- Schuler, Randall S., & Susan E. Jackson. (2000). *Manajemen Sumber Daya Manusia Menghadapi Abad Ke-21*, (Terjemahan: Nurdin Sobary dan Dwi Kartini Yahya). Jakarta: Erlangga.
- Seo, Hyeon & Kim, YoungJun. (2020). Intangible assets investment and firms' performance: evidence from small and medium-sized enterprises in Korea. *Journal of Business Economics and Management*, 21(2).
- Serenia, Sonya & Hatane, Saarce Elsy. (2015). Pengaruh Kegiatan Marketing Terhadap Profitabilitas dan Nilai Perusahaan Properti dan Real Estate di BEI. *Business Accounting Review*, 3(1), 268–279.
- Setiaji, R. N., Muid, Dul. (2011). Pengaruh Rasio Intensitas Penelitian dan Pengembangan, Rasio Tingkat Pengembalian Ekuitas dan Rasio Pembayaran Dividen Terhadap Nilai Perusahaan. *Undergraduate thesis, Universitas Diponegoro*.
- Shahwan, Y. S. (2002). *The Australian Market Perception of Goodwill and Identifiable Intangible*. Thesis. University of Western Sydney.

- Shin, N., Kraemer, K. L., & Dedrick, J. (2017). R&D and firm performance in the semiconductor industry. *Industry and Innovation*, 24(3), 280–297.
- Simanjuntak, Agustinus. (2010). Prinsip-Prinsip Manajemen Bisnis Keluarga (*Family Business*) Dikaitkan Dengan Kedudukan Mandiri Perseroan Terbatas (PT). *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 12(2), 113–20.
- Sofyan, Yamin & Heri Kurniawan. (2011). *Generasi Baru Mengolah Data Penelitian dengan partial Least Square Path Modeling*. Jakarta: Penerbit Salemba Infotek.
- Srivastava, R. K., & Shocker, A. D. (1991). *Brand equity: A perspective on its meaning and measurement*. Marketing Science Institute.
- Sudiyatno, Bambang & Elen Puspitasari. (2010). Tobin's Q dan Altman Z-Score Sebagai Indikator Pengukuran Kinerja Perusahaan. *Kajian Akuntansi*, 2(1), 9–21.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukmadinata, Nana Syaodih. (2009). *Metode penelitian Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Terkan, R. (2014). Importance of creative advertising and marketing according to university students' perspective. *International Review of Management and Marketing*, 4(3), 41–45.
- Trehan, Mukesh & Ranju Trehan. (2006). *Advertising and Sales Management*. New Delhi: Prince Print Process.
- Trisnajuna, Made & Eka Ardhani Sisdyani. (2015). Pengaruh Aset Tidak Berwujud Dan Biaya Penelitian Dan Pengembangan Terhadap Nilai Pasar Dan Kinerja Keuangan Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 13(3), 1–13.

- Triyono & Jogiyanto Hartono. (2000). Hubungan Kandungan Informasi Arus Kas, Komponen Arus Kas dan Laba Akuntansi dengan Harga atau Return Saham. *Jurnal Riset Akuntansi Indonesia*, 3(1), 54–68.
- Tseng, M. L. (2010). An assessment of cause and effect decision-making model for firm environmental knowledge management capacities in uncertainty. *Environmental Monitoring and Assessment*, 161(1), 549–564.
- Undang-Undang No 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM).
- Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1995 Tentang Usaha Kecil.
- Van Ark, B., Hao, J. X., Corrado, C., & Hulten, C. (2009). Measuring intangible capital and its contribution to economic growth in Europe. *EIB Papers*, 14(1), 62–93.
- Wang, Y., Du, R., Koong, K. S., & Fan, W. (2017). Effects of R&D policy choice on accounting performance and market value. *R&D Management*, 47(4), 545–556.
- Webster, E. (2000). The growth of enterprise intangible investment in Australia. *Information Economics and Policy*, 12(1), 1–25.
- Widarjono, Agus. (2009). *Ekonometrika Pengantar dan Aplikasinya*, Edisi Ketiga. Yogyakarta: Ekonesia.
- Wijaya, Shearly Putri. (2012). Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Farmasi di BEI. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi*, 1(3), 18–23.
- Yin Wong, H., & Merrilees, B. (2008). The performance benefits of being brand- orientated. *Journal of Product & Brand Management*, 17(6), 372–383.
- Ziyad, M. A., & Azib. (2019). PENGARUH INTENSITAS RESEARCH AND DEVELOPMENT DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN. *Prosiding Manajemen*, 5(2).