

THE EFFECT OF DIVIDEND POLICY, SALES GROWTH AND ASSET GROWTH ON COMPANY VALUE WITH MEDIA EXPOSURE AS A MODERATION VARIABLE

Indah Umiyati¹ Trisandi Eka Putri² Wellcy Zahratunijah Az Zahra³

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sutaatmadja, Indonesia

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sutaatmadja, Indonesia

indahumiyati@stiesia.ac.id

INFO ARTIKEL

Histori Artikel :

Tgl. Masuk : (dikosongkan)

Tgl. Diterima : (dikosongkan)

Tersedia Online : (dikosongkan)

Keywords:

dividend policy, sales growth, asset growth, company value, media exposure

ABSTRAK/ABSTRACT

Company value is the selling value of an ongoing company. The company value is indicated by the stock price. It can be assumed that the factors that can affect the value of the company include dividend policy, sales growth and asset growth as well as media exposure as a moderating variable.

The population in this study are energy sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2017-2021. This type of research is quantitative research. With the sampling method purposive sampling. 66 companies were obtained from a total of 69 companies with 5 years of observation, so that 100 data were obtained for analysis according to the research criteria. The data analysis technique used in this study uses multiple regression analysis and Moderating Regression Analysis (MRA).

The results showed that the dividend policy variable had a positive effect on firm value, sales growth had no effect on firm value, asset growth had no effect on firm value, besides that media exposure was not able to moderate the effect of dividend policy on firm value but was able to moderate the effect of sales growth and growth assets to company value.

PENDAHULUAN

Setiap individu memiliki keinginan untuk memenuhi kebutuhannya agar terhidupi kehidupannya dengan bekerja. Bekerja menjadi keharusan dalam keberlangsungan hidup setiap orang dengan berbagai jenis pekerjaan. Pekerjaan merupakan suatu aktivitas atau kegiatan yang dilakukan seseorang atau individu dalam tujuan tertentu dengan melakukan cara yang baik dan benar. Sedangkan pekerjaan dalam segi ekonomi merupakan semua kegiatan yang dilakukan manusia, baik yang dilakukan secara individu maupun dalam organisasi,

tertutup atau terbuka yang mana dapat menghasilkan produk atau jasa. Salah satunya bekerja di perusahaan yang merupakan tempat terjadinya kegiatan dalam memproduksi barang atau jasa, serta menjadi tempat berkumpulnya semua faktor produksi.

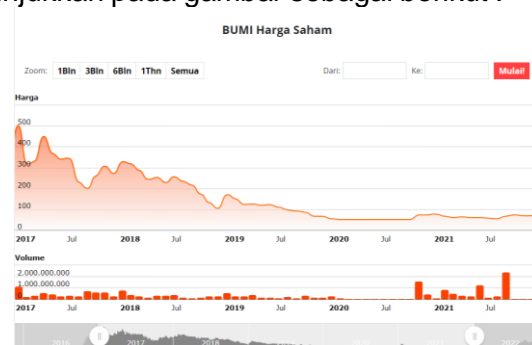
Perusahaan adalah suatu badan hukum yang terdiri dari sekelompok orang yang terlibat untuk menjalankan usaha dalam kapasitas komersial atau industri. Perusahaan merupakan usaha suatu unit aktivitas produksi dari sumber daya ekonomi untuk memproduksi barang dan jasa yang bertujuan menyediakan

kebutuhan bagi masyarakat yang menguntungkan (Murti Sumarni et al 1987). Menurut Swastha dan Sukotjo (1993) menyatakan bahwa perusahaan adalah suatu organisasi produktif yang menggunakan dan mengkoordinasikan sumber daya ekonomi menguntungkan guna memenuhi kebutuhan. Dalam perusahaan terdapat macam-macam bentuk perusahaan diantaranya: perusahaan perseorangan, persekutuan komanditer (CV), persekutuan firma, perseroan terbatas, badan usaha milik negara (BUMN) dan lain-lain. Perusahaan yang terdaftar di bursa efek Indonesia terdiri dari beberapa sektor diantaranya: yang bergerak di *sector energy*, *sector basic materials*, *sector industry*, *sector consumer non-cyclicals*, *consumer cyclicals*, *sector health*, *sector financial*, *sector property* dan *real estate*, *sector technology*, *sector infrastruktur* dan *sector transportation and logistic*.

Suatu perusahaan didirikan karena memiliki tujuan pasti yang ingin dicapai, salah satunya bertujuan untuk memakmurkan pemiliknya atau yang sering disebut pemegang saham dengan cara meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan menjadi pandangan bagi investor terhadap perusahaan yang dapat berkaitan dengan harga saham, sehingga hal ini menjadi salah satu pertimbangan investor dalam memutuskan investasi yang akan menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut (Suffah dan Ridwan, 2016).

Perusahaan yang memiliki kinerja yang baik akan menghasilkan nilai suatu perusahaan yang tinggi dan dapat meningkatkan kepercayaan pasar yang akan menjadi prospek di masa depan perusahaan. Perusahaan yang berhasil dalam mengelola sumber daya yang dimiliki dapat memberi kesan baik pada investor sehingga menghasilkan peningkatan nilai perusahaan. Menurut Noerirawan (2012) Nilai perusahaan merupakan kondisi yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan yang telah melalui proses kegiatan selama beberapa tahun mulai dari perusahaan didirikan hingga saat ini.

Nilai perusahaan menunjukkan dari tinggi rendahnya harga saham dalam suatu entitas bisnis. Semakin baik kinerja perusahaan maka semakin tinggi juga harga sahamnya, hal ini mencerminkan keberhasilan perusahaan dalam mengelola segala sumber daya yang dimilikinya. Nilai perusahaan yang meningkat dapat disebabkan salah satunya oleh harga saham yang tinggi. Dengan meningkatnya nilai perusahaan akan membawa kepercayaan pasar yang menganggap bahwa kinerja perusahaan memiliki prospek di masa yang mendatang. Sebaliknya harga saham yang rendah akan mengakibatkan nilai perusahaan yang turun sehingga dapat mengakibatkan investor tidak tertarik untuk menanam saham pada perusahaan tersebut. Hal ini terjadi pada PT Bumi Resources yang terjadi pada aktivitas pasar mengenai harga saham dapat ditunjukkan pada gambar sebagai berikut :



Gambar 1
Aktivitas pasar PT Bumi Resources
TBK

Sumber: www.idnfinancials.com

Berdasarkan gambar 1 diatas bahwa PT Bumi Resources Mineral mengalami fluktuasi pada aktivitas pasar. Yang mana tahun sebelumnya terjadi peningkatan harga sebesar 40% dan memperoleh kenaikan laba sebesar 214,64% hingga kuartal I 2017. Tahun 2017 modal yang dihasilkan PT Bumi masih modal bersih sebesar US\$2,70M pada akhir maret dan volume penjualan PT Bumi mencapai 62,6 juta ton yang sama dengan tingkat volume penjualan tahun sebelumnya. (www.liputan6.com) Pada tahun 2018 harga saham PT Bumi mengalami peningkatan sebesar 11% dari Rp240 hingga Rp266, kenaikan tersebut

diperoleh dari tingkat penjualan batubara ekspor. Hal ini menjadikan peningkatan laba bersih yang terjadi di PT Bumi tipis yaitu sebesar 2,3% dikarenakan timbulnya beban pokok penjualan PT Bumi yaitu sebesar US\$20,45 juta. (www.bareksa.com)

Pada gambar diatas juga menunjukkan bahwa PT Bumi Resources Mineral mengalami kerugian sebesar US\$137,3 juta hingga kuartal III 2020, sedangkan pada tahun 2019 PT Bumi Resources mengalami perbandingan terbalik dari tahun 2020 yaitu memperoleh laba sebesar US\$76, 1 juta. Hal tersebut disebabkan adanya kondisi ekonomi yang negatif oleh global dan pasar menjadi pemicu yaitu sebesar 14% terjadi bulan September 2020. Selain itu, dampak dari adanya pandemi covid-19 yang menyerang negara-negara pengimpor batubara menyebabkan penurunan sebesar 5% hingga September. Adanya hal tersebut dapat menyebabkan turunnya perolehan laba di PT Bumi Resource menjadikan harga sahamnya turun, sehingga membuat nilai perusahaan mengalami penurunan. Karena hal itu berdampak juga ke tahun 2021 dengan tingkat penjualan rendah dan harga saham yang diperoleh PT Bumi resources masih belum stabil. (<https://finance.detik.com>)

Dari fenomena diatas menunjukkan bahwa harga saham yang menurun akan mencerminkan nilai perusahaan turun. Beberapa faktor yang diduga dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah kebijakan dividen, pertumbuhan penjualan, pertumbuhan aset serta *media exposure*. Kebijakan dividen adalah pengambilan keputusan perusahaan dalam menentukan jumlah laba yang diperoleh untuk dijadikan pembayaran atau pembagian kepada pemegang saham sebagai dividen dan berapa banyak yang harus ditanam kembali sebagai pembiayaan investasi dimasa yang akan datang. Kebijakan dividen merupakan kebijakan yang menyangkut penentuan distribusi pendapatan (*earning*) di antara para pengguna, yang akan dibayarkan sebagai dividen kepada pemegang saham atau digunakan dalam perusahaan, yang berarti bahwa

pendapatan tersebut harus diinvestasikan dalam perusahaan (Riyanto, 2011). Dividen yang besar akan menjadi sinyal untuk para pemegang saham di masa yang akan datang dan dapat meningkatkan permintaan saham yang besar. Semakin besar dividen yang dibayarkan kepada pemegang saham maka harga saham yang diperoleh tinggi yang menyebabkan nilai perusahaan meningkat.

Pada gambar diatas juga menunjukkan bahwa PT Bumi Resources Mineral mengalami kerugian sebesar US\$137,3 juta hingga kuartal III 2020, sedangkan pada tahun 2019 PT Bumi Resources mengalami perbandingan terbalik dari tahun 2020 yaitu memperoleh laba sebesar US\$76, 1 juta. Hal tersebut disebabkan adanya kondisi ekonomi yang negatif oleh global dan pasar menjadi pemicu yaitu sebesar 14% terjadi bulan September 2020. Selain itu, dampak dari adanya pandemi covid-19 yang menyerang negara-negara pengimpor batubara menyebabkan penurunan sebesar 5% hingga September. Adanya hal tersebut dapat menyebabkan turunnya perolehan laba di PT Bumi Resource menjadikan harga sahamnya turun, sehingga membuat nilai perusahaan mengalami penurunan. Karena hal itu berdampak juga ke tahun 2021 dengan tingkat penjualan rendah dan harga saham yang diperoleh PT Bumi resources masih belum stabil. (<https://finance.detik.com>)

Adapun faktor lain yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu pertumbuhan penjualan. Pertumbuhan penjualan merupakan skala yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam mempertahankan ekonominya di tengah pertumbuhan perekonomian dan sektor usahanya dari tahun ketahun (Kasmir: 2012:107). Pertumbuhan penjualan mencerminkan pencapaian perusahaan dalam penjualan di masa lalu, yang mana pertumbuhan penjualan dapat digunakan untuk memprediksi pencapaian perusahaan di masa mendatang. Selain itu pertumbuhan penjualan dapat dijadikan sebagai daya saing sebuah perusahaan di dalam pasar. Jika pertumbuhan penjualan yang

meningkat akan memperoleh laba, maka akan memberikan ketertarikan pada investor sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Selain itu faktor selanjutnya yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan yaitu pertumbuhan aset. Pertumbuhan aset merupakan suatu kemampuan perusahaan dalam meningkatkan ukuran perusahaan yang dilihat dari total aktiva yang dimiliki perusahaan (Khariy dan Yusniar, 2016). Perusahaan yang memiliki aktiva besar akan lebih mudah untuk menarik investor. Hal ini disebabkan karena perusahaan dianggap mampu untuk menghasilkan laba yang dapat dimanfaatkan untuk jumlah aktiva yang menyebabkan nilai perusahaan meningkat. Pertumbuhan aset yang tinggi akan memberikan sebuah tanda bahwa secara internal maupun eksternal perkembangan perusahaan berjalan dengan baik. Menurut Tandi et al (2018) aset merupakan aktiva yang digunakan dalam melakukan aktivitas operasional perusahaan. Semakin besar aset perusahaan maka semakin besar operasional perusahaan yang dihasilkan, sehingga dapat menambah kepercayaan pihak luar pada perusahaan. Suatu perusahaan yang besar dapat dilihat dari pertumbuhan asetnya, semakin besar aset yang dimiliki perusahaan maka semakin mudah perusahaan dalam memasuki pasar modal dalam mengelola dananya. Hal ini mampu menarik investor untuk berinvestasi akibatnya harga saham yang diminta tinggi yang mencerminkan nilai perusahaan dapat meningkatkan.

Berdasarkan penelitian yang pernah dilakukan oleh Andriyani (2017) hasil menunjukkan bahwa kebijakan dividen berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Anita dan Yulianto (2016) menunjukkan bahwa kebijakan dividen tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Menurut hasil penelitian Lutfiah dan Yahya (2022) mengenai variabel pertumbuhan penjualan mengungkapkan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan menurut Fajriah dan Nadhiroh (2022)

mengungkapkan hasil bahwa pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Pada penelitian yang dilakukan oleh Tunisa, Jayanti dan Zamroni (2021) mengenai variabel pertumbuhan aset mengungkapkan bahwa pertumbuhan aset berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan menurut Mardianto (2022) mengungkapkan bahwa pertumbuhan aset tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Adanya perbedaan hasil penelitian, maka peneliti akan meneliti kembali apakah terdapat pengaruh positif atau negatif dari variabel kebijakan dividen, pertumbuhan penjualan dan pertumbuhan aset terhadap nilai perusahaan. Hal ini memungkinkan untuk menambahkan variabel *media exposure* sebagai variabel moderasi. Karena *media exposure* diduga dapat memoderasi kebijakan dividen, pertumbuhan penjualan dan pertumbuhan aset terhadap nilai perusahaan.

Menurut Sari (2012) semakin banyak informasi yang diungkapkan perusahaan kepada publik akan menjadi sebuah ketertarikan investor untuk melakukan investasi sehingga harga saham yang diminta tinggi, hal ini mencerminkan nilai perusahaan meningkat. *Media exposure* digunakan perusahaan sebagai sarana dalam mengungkapkan aktivitas perusahaan yang akan disampaikan kepada publik untuk mendapatkan dukungan dan respon yang baik.

Dari penjelasan diatas *media exposure* diduga dapat digunakan untuk memoderasi pengaruh kebijakan dividen, pertumbuhan penjualan dan pertumbuhan aset terhadap nilai perusahaan. Diharapkan *media exposure* dapat memperkuat atau memperlemah variabel kebijakan dividen, pertumbuhan penjualan dan pertumbuhan aset terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan penjelasan diatas penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kebijakan dividen, pertumbuhan penjualan dan pertumbuhan aset terhadap nilai perusahaan dengan *media exposure* sebagai variabel moderasi pada perusahaan sektor energi yang terdaftar di bursa efek indonesia tahun 2017-2021.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Lutfiah dan Yahya (2022) adalah menggantikan variabel ukuran perusahaan dengan pertumbuhan aset dan menambahkan variabel moderasi yaitu *media exposure* dari penelitian Julekhah dan Rahmawati (2019), penelitian ini menggunakan rentang waktu dari 2017-2021, sedangkan penelitian sebelumnya menggunakan tahun 2016-2020 dan studi kasus yang digunakan dalam penelitian ini yaitu perusahaan sektor energi yang terdaftar di bursa efek Indonesia.

KERANGKA TEORITIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Teori Sinyal

Teori sinyal atau *signalling theory* didasarkan pada asumsi yang menunjukkan bahwa perusahaan akan memberikan sinyal melalui tindakan dan komunikasi (T.C Melewar, 2008:100). Memberikan sinyal dalam perusahaan dengan memberikan informasi laporan keuangan kepada pihak eksternal karena terdapat asimetri informasi. Dimana pihak luar perusahaan mengetahui informasi yang lebih banyak mengenai prospek yang akan datang dari pihak luar yaitu investor.

Manajemen perusahaan memberikan petunjuk yang berupa sinyal atau informasi dalam merealisasikan keinginan pemegang saham atau pemilik. Informasi perusahaan menyajikan keterangan, catatan atau gambaran, keadaan masa lalu yang baik maupun masa yang akan datang bagi keberlangsungan hidup perusahaan. Jika informasi yang diberikan perusahaan bagi pihak luar kurang, maka akan mengakibatkan pihak luar memberikan harga rendah untuk perusahaan guna melindungi dirinya. Perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan salah satunya dengan cara mengurangi asimetri informasi. Asimetri informasi suatu kondisi dimana pihak-pihak tertentu dalam perusahaan memiliki akses yang lebih atau lebih menguasai informasi mengenai prospek dan risiko perusahaan di masa mendatang. Asimetri informasi dapat berkurang dengan cara

memberikan sinyal atau informasi berupa laporan keuangan yang dapat dipercaya dan akan mengurangi ketidakpastian mengenai prospek yang mendatang (Wolk et al, 2000).

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan nilai jual dari perusahaan yang sedang berjalan. Jika nilai jualnya lebih tinggi dibandingkan nilai likuiditas, maka manajemen perusahaan menjalankan fungsinya dengan baik (Sartono, 2018:487). Memaksimalkan nilai perusahaan berarti meningkatkan kemakmuran pemegang saham. Kemakmuran pemegang saham akan meningkat jika harga saham yang dimiliki meningkat. Nilai perusahaan dalam pandangan investor merupakan tingkat prestasi perusahaan yang berhubungan dengan harga saham. Semakin meningkat harga saham maka nilai perusahaan meningkat dan harga saham akan dijadikan pada harga penutup. Meningkatnya kepercayaan pasar akan meningkatkan harga saham pada kinerja perusahaan dan menjadikan prospek di masa yang mendatang. Nilai perusahaan dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$PBV = \frac{\text{Harga perlembar saham}}{\text{Nilai buku perlembar saham}}$$

PBV = Price Book Value

Sumber : Ivansyah dan Idayati, (2018:3)

Kebijakan Dividen

Kebijakan dividen merupakan keputusan perusahaan dalam pembagian keuntungan yang diberikan perusahaan penerbit saham tersebut atas keuntungan yang diperoleh perusahaan (Halim, 2007:16). Kebijakan dividen merupakan penentuan sejumlah laba perusahaan yang diperolehnya untuk dibayarkan kepada investor dalam bentuk dividen dan seberapa besar laba yang ditahan perusahaan untuk dijadikan modal investasi lanjutan atau pengembangan bisnis usaha perusahaan. Semakin besar laba ditahan maka semakin kecil jumlah yang didistribusikan untuk membayarkan dividen. Jika dividen yang dibagikan kepada pemegang saham besar maka akan meningkatkan harga saham yang

menyebabkan nilai perusahaan meningkat. Kebijakan dividen dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$DPR = \frac{DPS}{EPS}$$

DPR = Dividend Payout Ratio

DPS = Dividend Per Share

EPS = Earning Per Share

Sumber : Ivansyah dan Idayati (2018, 7)

Pertumbuhan Penjualan

Pertumbuhan penjualan merupakan rasio yang mengukur seberapa besar kemampuan perusahaan dalam mempertahankan posisi di dalam industri dan dalam perkembangan ekonomi secara umum (Fahmi, 2012:69). Menurut Swastha dan Handoko (2011:98) dalam Lutfiah dan Yahya (2022) pertumbuhan penjualan merupakan suatu indeks yang penting dalam penerimaan pasar dari produk atau jasa perusahaan, dimana pendapatan dihasilkan dari penjualan yang akan digunakan untuk mengukur tingkat pertumbuhan penjualan. Penjualan yang tinggi menunjukkan suatu pencapaian produk perusahaan yang dapat diterima oleh konsumen. Tingkat penjualan meningkat dapat dilihat dari laporan laba rugi perusahaan dari tahun ke tahun. Pertumbuhan penjualan mencerminkan sebagai pertumbuhan sumber dana berupa penjualan. Perusahaan yang mengalami peningkatan penjualan maka akan mendapatkan pendapatan yang tinggi dan mempengaruhi laba perusahaan, sehingga investor tertarik berinvestasi menjadikan nilai perusahaan meningkat. Pertumbuhan penjualan dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$PP = \frac{\text{Penjualan saat ini} - \text{Penjualan sebelumnya}}{\text{Penjualan periode sebelumnya}} \times 100\%$$

PP = Pertumbuhan Penjualan

Sumber: Dolontelide dan Wangkar (2019, 3040)

Pertumbuhan Aset

Menurut Putri dan Asyik (2019) Pertumbuhan aset merupakan perubahan tingkat aset yang dialami perusahaan dari tahun ketahun berikutnya. Aset

merupakan pusat kekayaan yang dimiliki oleh perusahaan yang bermanfaat untuk pihak luar. Semakin besar aset yang diperoleh perusahaan maka semakin besar pula perusahaan mengelola dana yang dijadikan tambahan aktiva, sehingga menumbuhkan kepercayaan pihak luar atau investor untuk melakukan investasi yang menyebabkan nilai perusahaan meningkat. Pengukuran suatu perusahaan yang diukur dengan total aset akan mencerminkan perusahaan yang semakin besar, sehingga semakin besar perusahaan akan semakin mudah dalam memperoleh sumber pendanaan yang baik yang menyebabkan nilai perusahaan dapat meningkat. Pertumbuhan aset dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$PA = \frac{\text{Total aset } (t) - \text{Total aset } (t - 1)}{\text{Total aset } (t - 1)} \times 100\%$$

PA = Pertumbuhan Aset

Sumber : Tunisa et al (2021)

Media Exposure

Media exposure merupakan sarana bagi perusahaan dalam membagikan informasi keuangan atau non keuangan perusahaan (Julekhah dan Rahmawati, 2019). *Media exposure* memberikan informasi perusahaan melalui internet atau *website* kepada masyarakat terutama pada investor. Informasi semua aktivitas yang diberikan perusahaan kepada masyarakat khususnya investor guna untuk menarik para investor berinvestasi, sehingga perusahaan akan mendapatkan respon atau pandangan yang baik dari masyarakat. Dengan itu pihak luar dapat melihat dan mendengarkan laporan aktivitas perusahaan yang akan mempengaruhi harga saham, hal ini mencerminkan bahwa harga saham yang tinggi dapat diperoleh melalui media dan mempengaruhi nilai perusahaan semakin besar. *Media exposure* dapat diukur menggunakan skala *dummy* dengan memenuhi beberapa informasi diantaranya, sebagai berikut :

- a) Informasi tahunan
- b) Informasi laporan keuangan
- c) Informasi dividen

Maka dapat dirumuskan sebagai berikut :

- Skor 1 = untuk perusahaan yang mengungkapkan salah satu informasi di *website* perusahaan.
- Skor 0 = untuk perusahaan yang tidak mengungkapkan informasi laporan tahunan, laporan keuangan dan dividen di *website* perusahaan.

Sumber : Julekhah dan Rahmawati, (2019:55)

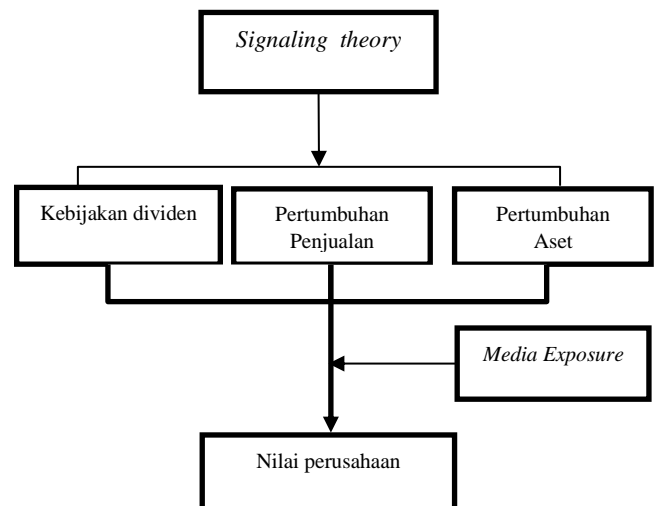
Kerangka Pemikiran

Penelitian ini menggunakan teori sinyal atau *signalling theory* merupakan sebuah sinyal atau informasi yang diberikan perusahaan melalui tindakan dan komunikasi (T.C Melewar, 2008:100). Perusahaan memberikan sinyal kepada pihak luar agar dapat mengetahui berbagai informasi mengenai prospek pada perusahaan tersebut. Perusahaan dapat dikatakan layak apabila perusahaan memperoleh laba yang besar untuk dibagikan kepada pemegang saham sebagai dividen dan mengumumkan pembagian dividen oleh dewan direksi. Semakin besar perusahaan membagikan dividen kepada pemegang saham maka akan menjadikan sebuah sinyal bagi investor dalam berinvestasi, sehingga tingkat permintaan harga saham meningkat akan mempengaruhi nilai perusahaan juga meningkat. Selain itu pertumbuhan penjualan yang tinggi menjadikan sebuah sinyal bagi pihak luar yang akan menarik investor untuk berinvestasi pada perusahaan. Sehingga semakin tinggi sumber dana yang diperoleh perusahaan maka semakin meningkatnya nilai perusahaan. pertumbuhan aset yang meningkat, sehingga perusahaan akan mudah dalam memasuki pasar modal dan menambah kepercayaan kepada pihak luar. Hal tersebut menjadikan sinyal untuk pihak luar atau investor dalam melakukan investasi. Semakin besar aset yang diperoleh perusahaan maka semakin mudah perusahaan dalam pemerolehan

sumber dana, sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Adanya pengungkapan atau informasi yang diberikan perusahaan untuk masyarakat akan memberikan ekspektasi yang positif bagi pemegang saham. *Media exposure* merupakan sarana bagi perusahaan dalam membagikan informasi keuangan atau non keuangan perusahaan (Julekhah dan rahmawati, 2019). Dengan adanya *media exposure* memudahkan perusahaan untuk memberikan informasi yang diungkapkan melalui internet atau *website* kepada masyarakat terutama pada investor. Sehingga semakin banyak informasi yang diungkap perusahaan maka pihak luar akan melihat dan mendengarkan laporan kegiatan yang akan mempengaruhi harga saham menjadi tinggi dan diharapkan *media exposure* dapat memoderasi variabel kebijakan dividen, pertumbuhan penjualan dan pertumbuhan aset. Dengan adanya sinyal dari perusahaan diharapkan dapat menarik investor dalam melakukan penanaman modal di perusahaan sehingga dapat menunjukkan bahwa semakin besar harga saham yang diminta maka nilai perusahaan akan meningkat.

Maka dari penjelasan diatas dapat di buat kerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar 2

Kerangka Pemikiran

Sumber : Data diolah peneliti, 2022

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan

Semakin besar dividen dibagikan kepada pemegang saham maka akan menjadikan sinyal bagi investor untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut, sehingga harga saham yang tinggi akan meningkatkan nilai perusahaan. Tingginya permintaan suatu saham maka akan membuat investor menghargai nilai saham yang lebih besar dibandingkan dengan nilai tercatat pada neraca perusahaan dan menyebabkan *PBV (price per book value)* perusahaan tinggi, sehingga nilai perusahaan juga meningkat. Penelitian yang dilakukan oleh Syahirah dan Lantania (2016) menunjukkan hasil bahwa hubungan positif antara kebijakan dividen dan nilai perusahaan. Sedangkan menurut Rahma dan Arifin (2022) menunjukkan hasil bahwa kebijakan dividen tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sehingga peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1: *Kebijakan Dividen Berpengaruh Positif terhadap Nilai Perusahaan.*

Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan

Perusahaan tentunya menginginkan penjualan yang tinggi karena aset dan pendapatan perusahaan akan meningkat. Jika pertumbuhan penjualan meningkat maka menunjukkan beban operasional dalam perusahaan dapat teratasi, sehingga perusahaan akan memperoleh laba. Jika laba perusahaan yang diperoleh meningkat dari tahun ke tahun maka akan menarik banyak investor berinvestasi pada perusahaan tersebut sehingga nilai perusahaan akan meningkat. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Dolontelide dan Wangkar (2019) yang menunjukkan hasil bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan menurut penelitian yang dilakukan oleh Anggraini dan Agustiniingsih (2022) menunjukkan bahwa hasil yang tidak berpengaruh antara pertumbuhan penjualan dengan nilai perusahaan. Sehingga peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H2: *Pertumbuhan Penjualan Berpengaruh Positif terhadap Nilai Perusahaan.*

Pengaruh Pertumbuhan Aset terhadap Nilai Perusahaan

Perusahaan yang mengalami pertumbuhan dengan baik dapat dilihat dari pertumbuhan aset yang semakin besar, sehingga perusahaan tersebut akan memperoleh kemudahan dalam memasuki pasar modal. Hal tersebut menjadikan sinyal bagi para investor untuk berinvestasi karena perusahaan akan membayarkan dividen yang besar kepada pemegang saham. Semakin besar perusahaan maka perusahaan semakin mudah untuk memperoleh sumber dana yang dapat mencapai sebuah tujuan perusahaan dalam menghasilkan laba, sehingga harga saham yang diminta tinggi yang menyebabkan nilai perusahaan meningkat. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Putri dan Asik (2013) yang menunjukkan bahwa pertumbuhan aset berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan menurut Triyani et al (2018) menunjukkan hasil bahwa pertumbuhan aset tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sehingga peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H3: *Pertumbuhan Aset Berpengaruh Positif terhadap Nilai Perusahaan.*

Pengaruh Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan dengan *Media Exposure* sebagai Variabel Moderasi

Dengan adanya *media exposure* akan memudahkan perusahaan dalam menyampaikan informasinya kepada pihak luar dengan cepat, sehingga masyarakat dapat menerima informasi yang disampaikan perusahaan melalui *website* atau internet. Hal ini akan memberikan peluang yang menarik bagi investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan tersebut. *Media exposure* diduga dapat memoderasi variabel kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan sehingga peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H4: *Media Exposure Memoderasi Pengaruh Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan.*

Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan dengan Media Exposure sebagai Variabel Moderasi

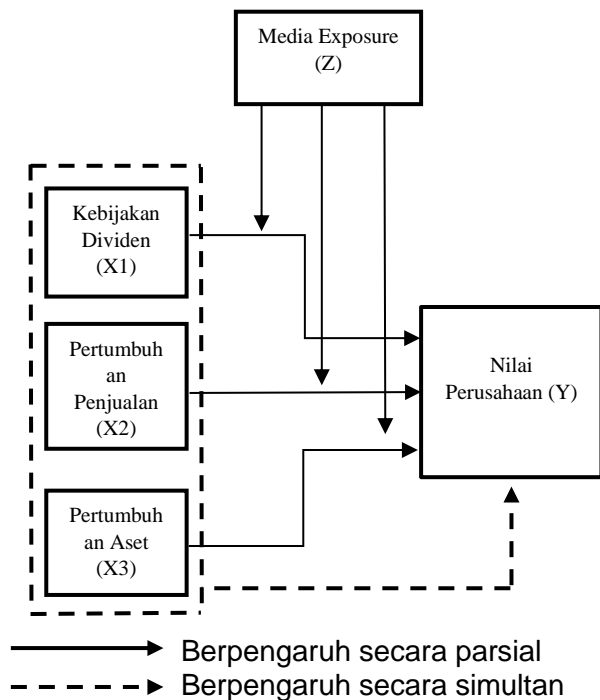
Dengan adanya *media exposure* pihak eksternal dapat melihat pendapatan perusahaan yang mempengaruhi laba yang dihasilkan oleh perusahaan dari tahun ketahun. Sehingga perusahaan dapat menarik investor untuk berinvestasi, karena sumber dana yang dimiliki perusahaan besar dan menjadi sebuah keberhasilan dalam mencapai tujuan perusahaan yang menyebabkan nilai perusahaan meningkat. Hal ini diduga *media exposure* dapat memoderasi variabel pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan. Sehingga peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:
 H5 : Media Exposure Memoderasi Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan.

Pengaruh Pertumbuhan Aset terhadap Nilai Perusahaan dengan Media Exposure sebagai Variabel Moderasi

Dengan adanya *media exposure* perusahaan dapat memberikan informasi terkait aset yang dimilikinya kepada calon investor atau pihak eksternal. Sehingga investor dapat melihat kondisi perusahaan dalam mengelola operasionalnya yang dapat dilihat melalui *website* atau internet yang telah perusahaan informasikan. Semakin besar aset yang diperoleh perusahaan maka semakin besar pula perusahaan mengelola dana, sehingga mampu menambah kepercayaan pihak luar. Pengelolaan dana perusahaan yang baik dapat menarik investor untuk berinvestasi yang menyebabkan nilai perusahaan meningkat, karena harga saham yang diminta tinggi. Harga saham yang tinggi mencerminkan nilai perusahaan juga meningkat. *Media exposure* diduga dapat memoderasi variabel pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan. Sehingga peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:
 H6 : *Media Exposure* Memoderasi Pengaruh Pertumbuhan Aset terhadap Nilai Perusahaan.

Pengaruh Kebijakan Dividen, Pertumbuhan Penjualan dan Pertumbuhan Aset Secara Simultan terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan penelitian sebelumnya terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu kebijakan dividen, pertumbuhan penjualan dan pertumbuhan aset. Peneliti memperkirakan bahwa faktor-faktor tersebut memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan karena semakin besar perusahaan memberikan informasi aktivitas yang ada di perusahaan maka perusahaan akan semakin banyak menarik investor dalam melakukan investasi. Sehingga peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut :
 H7 : Kebijakan Dividen, Pertumbuhan Penjualan dan Pertumbuhan Aset Berpengaruh Secara Simultan terhadap Nilai Perusahaan.



Gambar 3

Kerangka Hipotesis

Sumber : Data diolah peneliti, 2022

METODE PENELITIAN

Jenis, Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan metode penelitian yaitu metode kuantitatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu berasal dari dokumen laporan keuangan seluruh perusahaan di sektor energi yang terdaftar di bursa efek Indonesia tahun 2017-2021 yang diperoleh dari www.idx.co.id.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan pada sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Sampel penelitian ini ditentukan dengan menggunakan metode purposive sampling, dengan kriteria sampel yang diteliti pada perusahaan sektor energy dan komponen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan yang masuk ke dalam daftar kategori perusahaan sektor energi dan komponen di Bursa Efek Indonesia selama periode 2017-2021.
2. Perusahaan yang memiliki data laporan keuangan yang lengkap tahun 2017-2021.

Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan model regresi berganda dinyatakan sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y = Nilai Perusahaan
 α = Konstanta
 β = Koefisien regresi variabel independen
 X_1 = Kebijakan Dividen
 X_2 = Pertumbuhan Penjualan
 X_3 = Pertumbuhan Aset
 e = *Standart Error*

Untuk menganalisis dampak moderasi dilakukan Moderating Regression Analysis (MRA) dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan :

Y = Nilai Perusahaan
 α = Konstanta

β = Koefisien regresi variabel independen

X_1 = Kebijakan Dividen

X_2 = Pertumbuhan Penjualan

X_3 = Pertumbuhan Aset

Z = *Media Exposure*

e = *Standart Error*

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Objek Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif dengan jenis data sekunder. Sedangkan populasi yang digunakan pada penelitian ini dari perusahaan sektor Energi yang terdaftar di Bursa efek Indonesia (BEI) yang telah dipublikasikan dalam bentuk laporan tahunan dari tahun 2017 sampai dengan tahun 2021. Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini menggunakan sampling purposive yang menghasilkan data sebanyak 100 sampel. Pengambilan sampel pada penelitian ini berdasarkan kriteria yang telah ditentukan, kriteria penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 1
Kriteria Pemilihan Sampel

No	Kriteria	Jumlah
1	Perusahaan sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2021	69 perusahaan
2	Periode tahun penelitian	5 tahun
3	Data perusahaan sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2021	345 data
4	Data perusahaan yang tidak lengkap	54 data
Jumlah sampel dari 66 perusahaan		291 data
Data outlier		191 data
Jumlah sampel akhir (40 perusahaan)		100 data

Sumber : Penelitian, 2022

Analisis Deskriptif

Tabel 2
Hasil Analisis Deskriptif

	Descriptive Statistics				
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Nilai Perusahaan	100	-.58	.99	.5147	.30242
Kebijakan Dividen	100	-.60	1.14	.1386	.29368
Pertumbuhan Penjualan	100	-1.00	36.42	.6287	3.79697
Pertumbuhan Aset	100	-.25	71.29	.7709	7.12576
Media Exposure	100	1.00	3.00	2.1000	.55958
Valid N (listwise)	100				

Sumber : Output SPSS data diolah, 2022

Hasil dari analisis deskriptif sebagai berikut : Pada nilai perusahaan memiliki nilai terendah sebesar -0,58 dan nilai tertinggi sebesar 0,99 serta memperoleh nilai rata-rata sebesar 0,5147 dengan nilai standar deviasi diperoleh sebesar 0,30242. Pada kebijakan dividen memiliki nilai terendah sebesar -0,60 dan nilai tertinggi sebesar 1,14 serta memperoleh nilai rata-rata sebesar 0,1386 dengan nilai standar deviasi diperoleh sebesar 0,29368. Pada pertumbuhan penjualan memiliki nilai terendah sebesar -1,00 dan nilai tertinggi sebesar 36,42 serta memperoleh nilai rata-rata sebesar 0,6287 dengan nilai standar deviasi diperoleh sebesar 3,79697. Pada pertumbuhan aset memiliki nilai terendah sebesar -0,25 dan nilai tertinggi sebesar 71,29 serta memperoleh nilai rata-rata sebesar 0,7709 dengan nilai standar deviasi diperoleh sebesar 7,12576. Pada *media exposure* memiliki nilai terendah sebesar 1,00 dan nilai tertinggi sebesar 3,00 serta memperoleh nilai rata-rata sebesar 2,1000 dengan nilai standar deviasi diperoleh sebesar 0,55958.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 3
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.2635789
Most Extreme Differences	Absolute	.054
	Positive	.042
	Negative	-.054
Test Statistic		.054
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber : Output SPSS data diolah, 2022

Berdasarkan tabel 3 menunjukkan bahwa hasil uji normalitas menggunakan *one sample kolmogorov smirnov test* memiliki nilai signifikan sebesar 0,200 yang dapat diartikan bahwa $0,200 > 0,05$. Sehingga hal ini dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini memiliki daya yang berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Tabel 4
Hasil Uji Multikolinieritas

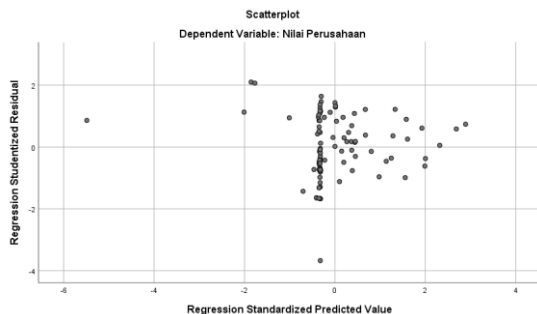
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Kebijakan Dividen	.996	1.004
Pertumbuhan Penjualan	.928	1.078
Pertumbuhan Aset	.928	1.077

Sumber : Output SPSS data diolah, 2022

Pada tabel 4 menunjukkan bahwa hasil dari pengujian terhadap korelasi antar variabel bebas menunjukkan nilai *tolerance* $> 0,10$ dan memiliki nilai *VIF* < 10 . Oleh sebab itu dapat disimpulkan

bahwa dalam penelitian ini variabel bebas tidak terjadi terjadi adanya gejala multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 4
Uji Heteroskedastisitas
Sumber : Output SPSS data diolah, 2022

Berdasarkan hasil pengujian scatter-plot pada gambar 4 diketahui bahwa titik-titik menyebar dan tidak ada pola yang jelas antara di bawah 0 di atas 0 pada sumbu Y. Maka dapat disimpulkan bahwa data yang diolah ini tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi dapat dipakai dengan layak.

Uji Hipotesis

Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda Dan Moderating Regression Analysis (MRA)

Berdasarkan hasil persamaan regresi berganda pada model 1 dapat dijelaskan dari masing-masing variabel independen sebagai berikut :

$$Y = 0,483 + 0,269 X_1 - 0,001 X_2 - 0,007 X_3 + e$$

Konstanta dari regresi tersebut sebesar 0,483 yang berarti bahwa kebijakan dividen, pertumbuhan penjualan dan pertumbuhan aset dianggap konstan, maka nilai perusahaan mengalami peningkatan sebesar 0,483. Nilai koefisien regresi kebijakan dividen (X1) sebesar 0,269 yang menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan meningkat 1% maka akan meningkatkan nilai perusahaan sebesar 0,269. Nilai koefisien regresi pertumbuhan penjualan (X2) sebesar - 0,001 yang menunjukkan bahwa

pertumbuhan penjualan meningkat 1% maka akan menurunkan nilai perusahaan sebesar - 0,001. Nilai koefisien regresi pertumbuhan aset (X2) sebesar - 0,007 yang menunjukkan bahwa pertumbuhan aset meningkat 1% maka akan menurunkan nilai perusahaan sebesar - 0,007.

Tabel 5
Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda Dan Uji Moderating Regression Analysis (MRA)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	.483	.033		14.713	.000
Kebijakan Dividen	.269	.100	.261	2.687	.009
Pertumbuhan Penjualan	-.001	.008	-.012	-.120	.905
Pertumbuhan Aset	-.007	.004	-.159	-1.577	.118
2 (Constant)	.376	.136		2.761	.007
Kebijakan Dividen	-.090	.488	-.088	-.185	.854
Pertumbuhan Penjualan	-.193	.063	-2.429	-3.088	.003
Pertumbuhan Aset	-	.367	-	-2.769	.007
KDiv_MExp	.139	.214	.318	.650	.517
PPenj_MExp	.194	.061	3.117	3.162	.002
PAssets_MExp	.317	.121	22.430	2.623	.010
Media Exposure	.050	.064	.092	.775	.441

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber : Output SPSS diolah, 2022

Berdasarkan hasil pada tabel 5 dari uji moderating regression analysis pada model 2 diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 0,376 + 0,139 X_1 * Z + 0,194 X_2 * Z + 0,317 X_3 * Z + e$$

Konstanta dari regresi tersebut sebesar 0,376 yang berarti bahwa

kebijakan dividen, pertumbuhan penjualan dan pertumbuhan aset dengan *media exposure* sebagai variabel moderasi yang mempengaruhi, maka nilai perusahaan mengalami peningkatan sebesar 0,376. Nilai koefisien regresi kebijakan dividen dengan variabel *media exposure* sebagai variabel moderasi sebesar 0,139 yang menunjukkan bahwa kebijakan dividen meningkat 1% maka akan meningkatkan nilai perusahaan sebesar 0,139. Nilai koefisien regresi pertumbuhan penjualan dengan variabel *media exposure* sebagai variabel moderasi sebesar 0,194 yang menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan meningkat 1% maka akan meningkatkan nilai perusahaan sebesar 0,194. Nilai koefisien regresi pertumbuhan aset dengan variabel *media exposure* sebagai variabel moderasi sebesar 0,317 yang menunjukkan bahwa pertumbuhan aset meningkat 1% maka akan meningkatkan nilai perusahaan sebesar 0,317.

Berdasarkan hasil dari analisis pada tabel 5 dari model 1 dan model 2 dengan menggunakan uji analisis regresi linier berganda dan uji *moderating regression analysis* menunjukkan bahwa terdapat pengaruh dari variabel moderasi *media exposure* dengan variabel independen terhadap variabel dependen, hal ini dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Terjadinya penurunan nilai konstanta sebesar 0,107 yaitu dari 0,483 pada model 1 menjadi 0,376 pada model 2.
2. Terjadinya penurunan nilai koefisien sebesar 0,13 yaitu dari 0,269 pada model 1 menjadi 0,139 pada model 2.
3. Terjadinya peningkatan nilai koefisien sebesar 0,193 yaitu dari - 0,001 pada model 1 menjadi 0,194 pada model 2.
4. Terjadinya peningkatan nilai koefisien sebesar 0,31 yaitu dari - 0,007 pada model 1 menjadi 0,317 pada model 2.

Uji Parsial (t)

Berdasarkan hasil pada tabel 6 dari uji parsial menjelaskan model 1 dan model 2 sebagai berikut : Pada model 1 hasil uji t pada model regresi variabel kebijakan dividen, diperoleh nilai t hitung sebesar 2,687 > t tabel 1,985 dengan signifikansi

0,009 < 0,050. Maka dapat disimpulkan bahwa kebijakan dividen berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Pada model 1 hasil uji t pada model regresi variabel pertumbuhan penjualan, diperoleh nilai t hitung sebesar -0,120 < t tabel 1,985 dengan signifikansi 0,905 > 0,050. Maka dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Tabel 6
Hasil Uji Parsial (t)

Model		t	Sig.
1	(Constant)	14.713	.000
	Kebijakan Dividen	2.687	.009
	Pertumbuhan Penjualan	-.120	.905
	Pertumbuhan Aset	-1.577	.118
2	(Constant)	2.761	.007
	Kebijakan Dividen	-.185	.854
	Pertumbuhan Penjualan	-3.088	.003
	Pertumbuhan Aset	-2.769	.007
	KDiv_MExp	.650	.517
	PPenj_MExp	3.162	.002
	PAssets_MExp	2.623	.010
Media Exposure	.775	.441	

Sumber : Output SPSS diolah, 2022

Pada model 1 hasil uji t pada model regresi variabel pertumbuhan aset, diperoleh nilai t hitung sebesar -1,577 < t tabel 1,985 dengan signifikansi 0,118 > 0,050. Maka dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan aset tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Pada model 2 hasil uji t pada variabel kebijakan dividen, diperoleh nilai t hitung sebesar -0,650 < t tabel 1,985 dengan signifikansi 0,517 > 0,050. Maka dapat disimpulkan bahwa *media exposure* tidak mampu untuk memoderasi pengaruh kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan. Pada model 2 hasil uji t pada variabel pertumbuhan penjualan, diperoleh nilai t hitung sebesar 3,162 > t tabel 1,985 dengan signifikansi 0,002 > 0,050. Maka dapat disimpulkan bahwa *media exposure* mampu untuk memoderasi pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan. Pada model 2 hasil uji t pada variabel pertumbuhan aset, diperoleh nilai t hitung

sebesar $2,623 > t$ tabel $1,985$ dengan signifikansi $0,010 > 0,050$. Maka dapat disimpulkan bahwa *media exposure* mampu untuk memoderasi pengaruh pertumbuhan aset terhadap nilai perusahaan.

Uji Simultan (F)

Tabel 7
Hasil Uji Simultan (F)

Model		F	Sig.
1	Regression	3.505	.018 ^b
	Residual		
	Total		

Sumber : Output SPSS data diolah, 2022

Berdasarkan hasil pada tabel 7 dari uji simultan menunjukkan bahwa diperoleh nilai f hitung sebesar $3,505 > f$ tabel $2,699$ dengan signifikansi $0,018 < 0,050$. Maka hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel kebijakan dividen, pertumbuhan penjualan dan pertumbuhan aset berpengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan.

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 8
Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.314 ^a	.099	.071	.29156
2	.490 ^b	.240	.183	.27342

- a. Predictors: (Constant), Pertumbuhan Aset, Kebijakan Dividen, Pertumbuhan Penjualan
- b. Predictors: (Constant), Pertumbuhan Aset, Kebijakan Dividen, Pertumbuhan Penjualan, Media Exposure, KDiv_MExp, PPenj_MExp, PAssets_MExp
- c. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber : Output data diolah, 2022

Berdasarkan hasil tabel 8 dari pengujian koefisien determinasi menunjukkan bahwa diperoleh nilai *Adjusted Square* pada model 1 sebesar $0,071$ atau $7,1\%$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kebijakan dividen, pertumbuhan penjualan dan pertumbuhan aset menjelaskan variabel nilai perusahaan mampu menjelaskan hanya sebesar $7,1\%$. Tetapi pada model 2 atau setelah menggunakan variabel moderasi nilai *Adjusted Square* meningkat sebesar $0,183$ atau sebesar $18,3\%$, sehingga hal

ini menunjukkan bahwa variabel kebijakan dividen, pertumbuhan penjualan dan pertumbuhan aset dengan *media exposure* sebagai variabel moderasi mampu menjelaskan variabel nilai perusahaan sebesar $18,3\%$.

Pembahasan Hipotesis

Pengaruh Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan analisis yang dilakukan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kebijakan dividen memperoleh nilai t hitung sebesar $2,687 > t$ tabel $1,985$ dengan signifikansi $0,009 < 0,050$. Maka dapat disimpulkan bahwa kebijakan dividen berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan sehingga H1 diterima.

Kebijakan dividen merupakan suatu keputusan perusahaan dalam menentukan jumlah laba yang diperolehnya, apakah akan dibagikan kepada pemegang saham sebagai dividen atau menahan laba untuk menambah modal guna pembiayaan investasi di masa yang akan datang. Besar kecilnya dividen yang akan dibayarkan perusahaan kepada pemegang saham tergantung perusahaan masing-masing dalam menentukan kebijakan dividennya. Laba perusahaan yang dibagikan sebagai dividen akan banyak menarik minat investor untuk menanamkan modalnya kepada perusahaan. Perusahaan akan berupaya membagikan labanya sebagai dividen secara konsisten agar nilai perusahaan dapat meningkat guna menarik minat para investor yang akan datang. Pembayaran dividen kepada pemegang saham merupakan sinyal positif yang diberikan perusahaan bahwa perusahaan memiliki prospek dan kinerja yang baik untuk tumbuh di masa yang akan datang. Semakin besar dividen yang dibagikan kepada pemegang saham, maka perusahaan dianggap memiliki kinerja keuangan yang baik, sehingga mampu menarik investor untuk berinvestasi yang diikuti dengan kenaikan harga saham yang meningkat. Harga saham yang meningkat mencerminkan nilai perusahaan yang meningkat pula.

Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan analisis yang dilakukan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel pertumbuhan penjualan memperoleh nilai t hitung sebesar $-0,120 < t \text{ tabel } 1,985$ dengan signifikansi $0,905 > 0,050$. Maka dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan sehingga H2 ditolak.

Pertumbuhan penjualan merupakan suatu peningkatan penjualan yang dilihat dari pendapatan per tahun yang belum dikurangi dengan biaya-biaya lainnya yang menjadi target perusahaan dalam mencapai suatu produk atau jasa yang akan diterima konsumen. Ketika perusahaan mengalami penjualan yang tinggi, maka akan semakin besar juga biaya-biaya yang dikeluarkan perusahaan. Oleh karena itu pertumbuhan penjualan belum tentu diikuti dengan peningkatan keuntungan bersih dikarenakan perusahaan belum efisien dalam mengelola biaya operasional yang dikeluarkannya. Hal ini menjadikan investor ragu dalam mengeluarkan dana untuk berinvestasi.

Pengaruh Pertumbuhan Aset terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan analisis yang dilakukan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel pertumbuhan aset memperoleh nilai t hitung sebesar $-1,577 < t \text{ tabel } 1,985$ dengan signifikansi $0,118 > 0,050$. Maka dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan aset tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan sehingga H3 ditolak.

Pertumbuhan aset merupakan suatu perubahan tingkat aset yang dialami perusahaan setiap tahunnya. Semakin besar jumlah aset yang dimiliki perusahaan, maka investor cenderung menaruh minat untuk menanamkan modalnya. Hal ini disebabkan karena perusahaan dianggap berada pada kondisi yang stabil dalam mengelola operasionalnya. Namun pertumbuhan aset ini tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Nilai perusahaan dapat dilihat dari beberapa faktor, salah satunya keberadaan investor. Investor bertindak

sebagai penanam modal. Penanaman modal oleh investor pada perusahaan dapat menyebabkan harga saham yang diminta tinggi. Permintaan harga saham yang diminta tinggi mengindikasikan bahwa nilai perusahaan meningkat. Ada beberapa alasan pertumbuhan aset tidak berpengaruh terhadap nilai, karena investor meninjau dari berbagai aspek seperti investor tidak melihat dari besarnya suatu aset yang dimiliki perusahaan tetapi investor lebih cenderung melihat laba yang dihasilkan perusahaan. Selain itu investor juga lebih melihat kinerja perusahaan yang terlihat dalam laporan keuangan dan investor lebih memperhatikan nama baik perusahaan. Oleh karena itu besar kecilnya aset perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan dengan *Media Exposure* sebagai Variabel Moderasi

Berdasarkan hasil pengujian *moderating regression analysis* pada variabel pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan dengan *media exposure* sebagai variabel moderasi memperoleh nilai t hitung sebesar $-0,650 < t \text{ tabel } 1,985$ dengan signifikansi $0,517 > 0,050$. Maka hal ini dapat disimpulkan bahwa *media exposure* tidak mampu untuk memoderasi pengaruh kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan, sehingga H4 ditolak.

Dengan adanya *media exposure* tidak mampu untuk mempengaruhi pengaruh kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan. Karena adanya informasi yang disampaikan perusahaan melalui *website*, tidak menentukan perusahaan yang besar dapat membagikan dividen kepada pemegang sahamnya. Perusahaan membagikan dividen salah satunya disebabkan karena kinerja perusahaan dapat dikatakan baik dan menyebabkan keuntungan yang diperoleh pun besar. Besar kecilnya dividen yang dibagikan perusahaan dapat menarik pihak investor untuk menanam modal, sehingga permintaan harga saham akan meningkat. Permintaan harga saham yang meningkat mengindikasikan bahwa nilai perusahaan juga meningkat.

Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan dengan *Media Exposure* sebagai Variabel Moderasi

Berdasarkan hasil pengujian *moderating regression analysis* pada variabel pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan dengan *media exposure* sebagai variabel moderasi memperoleh nilai t hitung sebesar $3,162 > t$ tabel $1,985$ dengan signifikansi $0,002 > 0,050$. Maka hal ini dapat disimpulkan bahwa *media exposure* mampu untuk memoderasi pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan, sehingga H5 diterima.

Media exposure mampu memperkuat variabel pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan. Karena adanya *media exposure* perusahaan dapat menyampaikan informasi dalam mengoptimalkan sumber daya yang dimiliki perusahaan. Sumber dana perusahaan kemungkinan besar diperoleh dari hasil penjualannya. Penjualan yang tinggi mengindikasikan perusahaan telah berhasil dalam mencapai tujuannya. Hal ini disebabkan karena penjualan yang tinggi menyebabkan perusahaan mendapatkan keuntungan besar yang menjadi salah satu tujuan perusahaan. Penjualan suatu produk atau jasa yang dihasilkan perusahaan besar biasanya dapat dengan mudah terkenal dan laris di pasaran. Hal ini dapat meningkatkan kepercayaan dan ketertarikan masyarakat untuk membeli produk atau menggunakan jasa yang dihasilkannya. Apabila pertumbuhan penjualan meningkat dari tahun ketahun, maka penjualan semakin baik dari periode sebelumnya. Sehingga investor akan tertarik dalam menanamkan modalnya pada perusahaan yang mengakibatkan meningkatnya harga saham diikuti nilai perusahaan yang meningkat.

Pengaruh Pertumbuhan Aset terhadap Nilai Perusahaan dengan *Media Exposure* sebagai Variabel Moderasi

Berdasarkan hasil pengujian *moderating regression analysis* pada variabel pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan dengan *media exposure*

sebagai variabel moderasi memperoleh nilai t hitung sebesar $2,623 > t$ tabel $1,985$ dengan signifikansi $0,010 > 0,050$. Maka hal ini dapat disimpulkan bahwa *media exposure* mampu untuk memoderasi pengaruh pertumbuhan aset terhadap nilai perusahaan, sehingga H6 diterima.

Media exposure mampu memperkuat variabel pertumbuhan aset terhadap nilai perusahaan. Karena dengan adanya informasi yang dibagikan perusahaan kepada pihak eksternal dapat menghasilkan jumlah aset yang besar. Peningkatan jumlah aset mencerminkan bahwa perusahaan berada dalam kondisi kinerja yang baik dan dapat memaksimalkan laba dari sumber dana yang diperolehnya. Hal ini dapat menarik pihak eksternal untuk berinvestasi dan menyebabkan harga saham yang diminta tinggi sehingga nilai perusahaan meningkat.

Pengaruh Kebijakan Dividen, Pertumbuhan Penjualan dan Pertumbuhan Aset terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan analisis yang dilakukan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa hasil uji simultan memperoleh nilai F hitung sebesar $3,505 > F$ tabel $2,699$ dengan signifikansi $0,018 < 0,050$. Maka dapat disimpulkan bahwa kebijakan dividen, pertumbuhan penjualan dan pertumbuhan aset berpengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan sehingga H7 diterima. Hasil penelitian ini juga dilihat dari uji koefisien determinasi (R^2) yang menunjukkan bahwa nilai *Adjusted Square* pada model 1 sebesar $0,071$ atau $7,1\%$. Oleh karena itu variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen sebesar $7,1\%$ sedangkan sisanya sebesar $92,9\%$ dijelaskan oleh variabel lain yang tidak disertakan dalam penelitian ini.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh kebijakan dividen, pertumbuhan penjualan dan pertumbuhan aset terhadap nilai perusahaan dengan *media exposure* sebagai variabel

moderasi pada perusahaan sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2017-2021 diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Kebijakan dividen secara parsial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2017-2021.
2. Pertumbuhan penjualan secara parsial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2017-2021.
3. Pertumbuhan aset secara parsial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2017-2021.
4. *Media exposure* tidak mampu memoderasi pengaruh kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2017-2021.
5. *Media exposure* mampu memoderasi pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2017-2021.
6. *Media exposure* mampu memoderasi pengaruh pertumbuhan aset terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2017-2021.
7. Kebijakan dividen, pertumbuhan penjualan dan pertumbuhan aset berpengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2017-2021.

IMPLIKASI DAN KETERBATASAN

Beberapa keterbatasan penelitian ini diantaranya :

1. Penelitian ini hanya menggunakan sampel perusahaan pada sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan memperoleh data hanya sebanyak 100 data.
2. Pengukuran pada variabel nilai perusahaan hanya menggunakan indikator *price book value*.

Saran

1. Untuk perusahaan
Bagi perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada sektor energi lebih memperhatikan dan menjaga nama baik perusahaan agar investor memiliki kepercayaan yang lebih tinggi pada perusahaan. Serta perusahaan juga harus lebih meningkatkan kinerja guna memperoleh laba yang tinggi.
2. Untuk investor
Bagi investor untuk selalu berhati-hati dalam mempertimbangkan keputusan investasi atau melakukan investasi terhadap perusahaan-perusahaan terkait. Dan investor harus lebih cermat dalam melakukan kegiatan investasi guna meminimalisir kerugian dalam berinvestasi.
3. Untuk peneliti selanjutnya
 - a. Peneliti selanjutnya mampu memperluas penelitian dengan menambahkan variabel independen lain yang dapat mempengaruhi faktor-faktor nilai perusahaan seperti profitabilitas, kualitas laba, leverage dan lainnya. Dengan menggunakan pengukuran lainnya misalnya menggunakan tobin's q dan dapat menggantikan objek penelitian pada perusahaan di sektor lainnya yang sudah listing di BEI.
 - b. Selain itu peneliti selanjutnya dapat menggantikan variabel moderasi lain seperti profitabilitas, *corporate social responsibility* dan lainnya

guna lebih mampu untuk memoderasi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

REFERENCES

Buku

Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.

Sumarni, Soeprihanto, M., dan John. 1987. *Dasar-Dasar Ekonomi Perusahaan*. Yogyakarta: Liberty.

Swastha, B., dan Sukotjo, I. 1993. *Pengantar Bisnis Modern: Pengantar Ekonomi Perusahaan Modern*. Yogyakarta: Liberty.

Indriantoro N. dan Supomo, B. 2016. *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*. Yogyakarta: BPFE.

Ghozali, I. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit. Undip

Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS23*. Semarang: Undip

Ghozali, I. 2016. *Desain Penelitian Kuantitatif & Kualitatif Untuk Akuntansi, Bisnis Dan Ilmu Sosial Lainnya*. Semarang: Undip

Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Undip.

Muchson. 2017. *Statistika Deskriptif*. Bogor: Guepedia

Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta

Jurnal

Adriyani. 2017. "Pengaruh Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2014". *Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*.

Akhithah, P. & Nur, F. A. 2019. "Pengaruh Struktur Aset, Pertumbuhan Aset dan Risiko Bisnis terhadap Nilai Perusahaan dengan Struktur Modal sebagai Variabel Intervening", *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 8(3).

Alifatul, L. F., Ahmad, I. & Umi, N. 2022. "Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Pertumbuhan Perusahaan dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan", *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 7(1).

Perwira, A. A. G. A. N., & Wiksuana, I. G. B. 2018. Pengaruh Profitabilitas dan Pertumbuhan Aset terhadap Kebijakan Dividen dan Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 7(7): 3767-3796.

Aprilia, A. & Arief, Y. 2016. "Pengaruh Kepemilikan Manajerial dan Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan", *Management Analysis Journal*, 5(1).

Bhekti, F. P. 2013. "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Price Earning Ratio dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan", *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(1).

Cindy, A. & Wulandari, A. 2022. "Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan", *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi (MEA)*, 6(2): 1842-1859.

- Claudia, M. D. & Anneke, W. 2019. "Pengaruh *Sales Growth* dan *Firm Size* terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia", *Jurnal EMBA*, 7(3): 3039-3048.
- Cut, S. S & Maya, F. L. 2016. "Pengaruh *Market Value Added*, *Economic Value Added*, Kebijakan Dividen dan Kepemilikan Manajerial terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2014", *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi*, 1(1): 1-12.
- Dewa Ayu, I. Y. M. & Gede, M. S. 2017. "Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Aset terhadap Struktur Modal dan Nilai Perusahaan", *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(4): 2222-2252.
- Eka, I. 2017. "Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan", *Jurnal Ilmu Akuntansi*, 1(2): 333-348.
- Farida, J. & Evi, R. 2019. "Pengaruh *Media exposure*, Sensitivitas Industry, Kepemilikan Asing, Kepemilikan Publik dan Profitabilitas terhadap *Environmental Disclosure* dan Dampaknya terhadap Nilai Perusahaan", *Review Akuntansi dan Bisnis Indonesia*, 3(1): 50-66.
- Firna, D *et al.* 2022. "Pengaruh Pertumbuhan Aset, Ukuran Perusahaan, Nilai Tukar dan Suku Bunga terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Food & Beverage di Bursa Efek Indonesia", *Jurnal of Economic, Management And Accounting (JEMMA)*, 5(1).
- I Nyoman, A. S. & I Ketut, M. 2017. "Pengaruh *Leverage*, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan", *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(3): 1248-1277.
- Maireza, L. & Yahya. 2022. "Pengaruh Kebijakan Dividen, Pertumbuhan Penjualan dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Farmasi", *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 11(10).
- Mardianto. 2022. "Analisis Pengaruh Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Aset, Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan Mediasi Struktur Modal", *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 24(4): 759-770.
- Mawar, S. R. P., Sri, M. & Irvan, T. 2015. "Analisa Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, *Return on Asset* dan Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan yang Tercatat di Indeks LQ 45", *Jurnal EMBA*, 3(1): 961-971.
- Mohamad, I. M., Lanto, M. A. & Dewi, I. H. 2022. "Pengaruh Pertumbuhan Aset dan Resiko Bisnis terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan Dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2020", *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (JAMBURA)*, 5(1): 140-147.
- Muklan, K. & Meina, W. Y. 2016. "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Stuktur Modal (Studi Kasus pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2014)", *Jurnal Wawasan Manajemen*, 4(2): 113-125.
- Nur, S. H., Fitriasia, & Mulyaning, W. 2020. "Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Growth* dan *Media exposure* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*", *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 11(2): 167-180.

- Rezki, F. Z., Rahmiati, & Abel, T. 2021. "The Influence of Profitability, Debt Policy and Asset Growth on Company Value 2014-2019", *Financial Management Studies (FMS)*, 1(1): 54-62.
- Rosida, M., Aniek, W. & Ranti, N. 2021. "Manajemen Risiko dan *Media exposure* sebagai Pemoderasi Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan *High Profile* di Indonesia", *Business Management, Economic and Accounting National Seminar*, 2: 614-626.
- Sarah, S. R & Atwal, A. 2022. "Pengaruh Kebijakan Dividen, Kebijakan Hutang, Keputusan Investasi dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2020)", *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan*, 1.
- Selly, P. S. 2021. "Pengaruh Pengungkapan Lingkungan Dan *Media exposure* Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)", *Jurnal Akuntansi Aisyah*, 1(1): 24-29.
- Setiawan, K., Novitasari N. L. G., & Widhiastuti N. L. P. 2021. "Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai Variabel Pemoderasi". *Jurnal Kumpulan Hasil Riset Mahasiswa Akuntansi (KHARISMA)*, 3(1): 302-312.
- Sorin, G. A. 2016. "The Impact If Dividen Policy on Firm Value, A Vanel Data Analysiss of Romanian Listed Firms", *Journal of Public Administration, Finance and Law. Issue 10*, 107-112 page.
- Sovia, T., Esih, J. & Zamroni. 2021. "Pengaruh *Return on Asset (ROA)*, Pertumbuhan Aset dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus pada PT Indofood Sukses Makmur Tbk Tahun 2016-2019)", *Jurnal Ekonomi*, 11(2).
- Victor, P. T., Parengkuan, T. & Victoria, N. U. 2018. "Pengaruh Struktur Modal dan Pertumbuhan Aset terhadap Profitabilitas Perusahaan Otomotif yang Terdaftar di BEI Periode 2013-2016", *Jurnal EMBA*, 6(2): 629-637.
- Wiwin, T., Bambang, M. & Abdul, R. 2018. "Pengaruh Pertumbuhan Aset terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Intervening", *Tirtayasa Ekonomika*, 13(1): 107-129.
- Yanni, C. I & Farida, I. 2018. "Pengaruh Kebijakan Dividen, Pertumbuhan Penjualan dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan", *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 7(9).

Artikel

www.investor.id (Diakses pada tanggal 29 Oktober 2022 pukul 19.05 WIB)

www.liputan6.com (Diakses pada tanggal 14 November 2022 pukul 15.16 WIB)

www.idnfinancials.com (Diakses pada tanggal 15 November pukul 20.42 WIB)

www.bareksa.com (Diakses pada tanggal 16 November pukul 23.30 WIB)

<https://finance.detik.com> (Diakses pada tanggal 17 November pukul 05.55 WIB)