

Nomor: 0294/UN40.F7.S1/PK.05.01/2023

**PENGARUH *INTANGIBLE ASSET* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN  
DENGAN *MEDIA EXPOSURE* SEBAGAI VARIABEL PEMODERASI  
(Studi pada perusahaan sektor *Customer Goods Industry* yang terdaftar di  
Bursa Efek Indonesia Tahun 2020-2022)**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar  
Sarjana pada Program Studi Akuntansi**



Disusun oleh:

**Ilham Hafizh Fadhillah**

**1903222**

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI  
FAKULTAS PENDIDIKAN EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA  
BANDUNG  
2023**

**PENGARUH *INTANGIBLE ASSET* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN  
DENGAN *MEDIA EXPOSURE* SEBAGAI VARIABEL PEMODERASI  
(Studi pada perusahaan sektor *Customer Goods Industry* yang terdaftar di  
Bursa Efek Indonesia Tahun 2020-2022)**

Oleh

Ilham Hafizh Fadhillah

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana  
Akuntansi pada Program Studi Akuntansi Fakultas Pendidikan Ekonomi dan  
Bisnis

©Ilham Hafizh Fadhillah

Universitas Pendidikan Indonesia

Agustus 2023

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian, dengan dicetak  
ulang, di fotokopi atau cara lainnya tanpa izin dari penulis.

Ilham Hafizh Fadhillah, 2023

***PENGARUH INTANGIBLE ASSET TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN MEDIA EXPOSURE  
SEBAGAI VARIABEL PEMODERASI (Studi pada perusahaan sektor Customer Goods Industry  
yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020-2022)***

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

**LEMBAR PENGESAHAN**

**PENGARUH *INTANGIBLE ASET* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN  
DENGAN *MEDIA EXPOSURE* SEBAGAI VARIABEL PEMODERASI  
(Studi pada perusahaan sektor *Customer Goods Industry* yang terdaftar di  
Bursa Efek Indonesia Tahun 2020-2022)**

**SKRIPSI**

Oleh:

**Ilham Hafizh Fadhillah  
1903222**

Telah disetujui dan disahkan oleh:

**Pembimbing,**



Dr. R. Nelly Nur Apandi, SE., M.Si., Ak., ACPA., QRMQ., CIISA., CA

NIP. 19801115 200801 2 010

Mengetahui,

**Ketua Program Studi Akuntansi,**



Dr. Aristanti Widyaningsih, S.Pd., M.Si., CPMA., CRMP., CSRS., CSP.,

CGRCP.

NIP. 19740911 200112 2 001

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“Pengaruh Intangible Asset Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Media Exposure Sebagai Variabel Pemoderasi (Studi Pada Perusahaan Sektor Customer Goods Industry Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020-2022)”** beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku dalam masyarakat keilmuan.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya saya ini atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Bandung, 22 Agustus 2023

Yang membuat pernyataan,



Ilham Hafizh Fadhillah

## ABSTRAK

**PENGARUH *INTANGIBLE ASSET* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN  
DENGAN *MEDIA EXPOSURE* SEBAGAI VARIABEL PEMODERASI  
(Studi pada perusahaan sektor *Customer Goods Industry* yang terdaftar di  
Bursa Efek Indonesia Tahun 2020-2022)**

**Ilham Hafizh Fadhillah**

**1903222**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara parsial maupun simultan *Intangible Asset* dan *Media Exposure* terhadap nilai perusahaan dan juga untuk mengetahui apakah *Media Exposure* dapat memoderasi pengaruh *Intangible Asset* terhadap Nilai Perusahaan. Desain penelitian yang dilakukan pada penelitian ini merupakan asosiatif kausal. Populasi penelitian ini sebanyak 87 perusahaan yang bergerak di bidang *Customer Goods Industry* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2020-2022. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik purposive sampling dan didapatkan sebanyak 40 perusahaan sebagai sampel penelitian. Data yang digunakan adalah data sekunder yang diperoleh dari Bursa Efek Indonesia (BEI) yang analisis datanya melalui statistik deskriptif dan uji asumsi klasik; regresi linear berganda dan moderasi (MRA) dalam pengujian hipotesis, dan koefisien determinasi guna melihat persentase variabel independen dan moderasi dalam menggambarkan nilai perusahaan. Berdasarkan pengujian, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Intangible Asset* tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Kemudian, *Media Exposure* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan. Hasil Hipotesis secara simultan menjelaskan bahwa *Intangible Asset* dan *Media Exposure* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Sedangkan berdasarkan Pengujian regresi moderasi (MRA) menjelaskan bahwa *Media Exposure* dapat memoderasi atau memperkuat pengaruh *Intangible Asset* terhadap Nilai Perusahaan.

**Kata Kunci:** *Intangible Asset*, *Media Exposure*, nilai perusahaan

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT. Karena atas ridho dan rahmatNya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “PENGARUH *INTANGIBLE ASSET* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN *MEDIA EXPOSURE* SEBAGAI VARIABEL PEMODERASI (Studi pada perusahaan sektor *Customer Goods Industry* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020-2022)” sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Program Studi Akuntansi dengan baik dan lancar.

Penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan karena terbatasnya pengetahuan dan kemampuan yang penulis miliki. Oleh karena itu, penulis berharap kritik dan saran yang dapat membangun dari seluruh pihak terutama pembaca agar tercipta skripsi yang mampu melengkapi dan lebih baik lagi kelak untuk masa mendatang.

Penulisan skripsi ini tidak mungkin dapat terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan serta bimbingan dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. M. Solehuddin, M.Pd. Sebagai Rektor Universitas Pendidikan Indonesia.
2. Bapak Prof. Dr. H. Eeng Ahman, MS. Sebagai Dekan Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis Universitas Pendidikan Indonesia.
3. Ibu Dr. Aristanti Widyaningsih, S.Pd., M.Si., CPMA., CRMP., CSRS., CSP., CGRCP. Sebagai Ketua Program Studi Akuntansi Universitas Pendidikan Indonesia.
4. Ibu Dr. R. Nelly Nur Apandi, SE., M.Si., Ak., ACPA., QRMO., CIISA., CA selaku dosen pembimbing atas segala bimbingan, arahan serta saran yang diberikan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
5. Bapak Dr. H. Ikin Solikin, SE., M.Si., Ak., CA., Bapak Dr. H. Nono Supriatna, M.Si., CIISA., dan Ibu Mimin Widaningsih, S.Pd., M.Si., ChFI sebagai Dosen Penguji sekaligus Penelaah yang senantiasa meluangkan waktunya dalam memberikan saran kepada penulis selama proses penyelesaian skripsi.

Ilham Hafizh Fadhillah, 2023

**PENGARUH *INTANGIBLE ASSET* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN *MEDIA EXPOSURE* SEBAGAI VARIABEL PEMODERASI (Studi pada perusahaan sektor *Customer Goods Industry* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020-2022)**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

6. Kedua orang tua yang selalu memberikan dukungan, kasih sayang, nasehat, doa serta kesabarannya yang luar biasa tulus dalam setiap langkah hidup penulis. Penulis berharap dapat menjadi anak yang dapat dibanggakan.
7. Ilham Hafizh Fadhillah yaitu diri saya sendiri yang telah berhasil berjuang dalam menyelesaikan studi.
8. Seluruh Dosen dan Staff FPEB maupun Program Studi Akuntansi yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu yang senantiasa selalu memberikan ilmu yang bermanfaat maupun pengalaman yang tidak dapat dilupakan.
9. Sahabat seperjuangan yang selalu memberikan support serta semangat saat menyelesaikan studi, Dina Nurjanah, Raihan Hazim, Tiara Setra, Chelvin Natawijaya, Tazkiyah Mutiara, Alfianda Kurniawan, Lita Natalia, Muhammad Haiqal Alfadh, Alm. Novika Rahmadisa, Pardamean Tua, Alvin Reynaldo, Neng Hasnah, Raymond Petrus Sugijaya, Rizky Ady Fernando, Jessie Elita Tarihoran, Ilona Salma, Dimar G. Akbar dan Muhammad Fathur Rahman.
10. Rekan-rekan Departemen KOMINFO IMAKSI, Rizky Ady Fernando, Qanitha Mahirah, Raihan Hazim, Deva Aprianto, Jessica Fadhila, Wendy Martiningrum, Bella Salsabila, Santika Millenia, Nazla Najmi Majdina, dan rekan-rekan lainnya yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu.
11. Teman-teman magang yang selalu menemani penulis saat melaksanakan kegiatan magang, Muhammad Azzam Matiin, Alfianda Kurniawan, Tazkiya Nabilla, Wendy Martiningrum, Fiola Febrina, Bella Salsabila, Angela Delarossa dan Cindy Pujianie.
12. Seluruh keluarga Laboratorium FPEB Digital Space-EX, Bapak Usep Kemal sebagai Manajer Gedung FPEB, Bapak Rd. Dian Hardiana, S.Pd., M.Si sebagai Kepala Laboratorium, Kang Syuhada Trielaksono, Azaki Shaleh Albany, Harumi Sekar Asih dan Lisa Juliyanti sebagai rekan kerja yang selalu menemani dan memberikan semangat kepada penulis saat melaksanakan tugas sebagai asisten laboratorium.

Bandung, 22 Agustus 2023

  
Ilham Hafizh Fadhillah

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI .....	v
DAFTAR TABEL .....	vii
DAFTAR LAMPIRAN .....	ix
BAB I .....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	10
1.3 Tujuan Penelitian .....	10
1.4 Manfaat Penelitian .....	11
1. Manfaat Teoritis .....	11
2. Manfaat Praktis.....	11
BAB II.....	12
KAJIAN PUSTAKA.....	12
2.1 Landasan Teori.....	12
2.1.1 Teori Sinyal.....	12
2.1.2 <i>Media Richness Theory</i> (MRT).....	13
2.1.3 <i>Dragonfly Effect Model</i> (DEM) .....	14
2.1.4 <i>Intangible Asset</i> (Aset Tidak Berwujud) .....	16
2.1.5 Pengungkapan Media ( <i>Media Exposure</i> ).....	20
2.1.6 Nilai Perusahaan (Corporate Value).....	24
2.1.7 Pengaruh <i>Intangible Asset</i> Terhadap Nilai Perusahaan .....	26
2.1.8 Pengaruh <i>Media Exposure</i> Terhadap Nilai Perusahaan.....	27
2.1.9 Pengaruh <i>Media Exposure</i> dalam memoderasi pengaruh <i>Intangible Asset</i> terhadap nilai perusahaan.....	27
2.2 Hasil Penelitian Terdahulu yang Relevan .....	28
2.3 Kerangka Pemikiran.....	33
Keterangan:.....	34
2.4 Hipotesis Penelitian.....	35



BAB III.....	36
METODOLOGI PENELITIAN .....	36
3.1 Objek Penelitian.....	36
3.2 Metode Penelitian.....	36
3.2.1 Desain Penelitian .....	36
3.2.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	37
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian .....	42
3.3.1 Populasi.....	42
3.3.2 Sampel .....	42
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	45
3.5 Teknik Analisis Data .....	45
3.5.1 Analisis Statistik Deskriptif .....	45
3.5.2 Uji Asumsi Klasik.....	45
3.5.3 Pengujian Hipotesis .....	48
3.6 Perumusan Hipotesis .....	51
BAB IV .....	52
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	52
4.1 Hasil Penelitian .....	52
4.1.1 Tinjauan Umum Subjek Penelitian .....	52
4.1.2 Deskripsi Data Variabel Penelitian.....	54
4.1.3 Analisis Data dan Pengujian Hipotesis .....	60
4.1.4 Pengujian Hipotesis .....	64
4.2 Pembahasan.....	69
4.2.1 Pengaruh <i>Intangible Asset</i> Terhadap Nilai Perusahaan .....	70
4.2.2 Pengaruh <i>Media Exposure</i> Terhadap Nilai Perusahaan.....	70
4.2.3 Pengaruh <i>Intangible Asset</i> dan <i>Media Exposure</i> Terhadap Nilai Perusahaan .....	72
4.2.4 Moderasi <i>Media Exposure</i> dalam Pengaruh <i>Intangible Asser</i> Terhadap Nilai Perusahaan .....	72
BAB V.....	74
KESIMPULAN DAN SARAN .....	74
5.1 Kesimpulan .....	74

5.2 Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA.....	77
LAMPIRAN.....	85

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 .....	28
Penelitian Terdahulu .....	28
Tabel 3.1 Kriteria Pemilihan Media.....	38
Tabel 3.2 Sosial Media yang Sesuai Kriteria.....	39
Tabel 3.3 Definisi Operasionalisasi Variabel .....	41
Tabel 3.4 Kriteria Pengambilan Sampel.....	43
Tabel 3.5 Sampel Penelitian .....	43
Tabel 4. 1 Perusahaan <i>Sector Customer Goods</i> .....	52
Tabel 4. 2 Statistika Deskriptif .....	54
Tabel 4. 3 Hasil Statistik Deskriptif Data <i>Intangible Asset (X<sub>1</sub>)</i> .....	53
Tabel 4. 4 Hasil Statistik Deskriptif Data Data Media Exposure (X <sub>2</sub> ).....	55
Tabel 4. 5 Hasil Statistik Deskriptif Data Nilai Perusahaan (Y) .....	58
Tabel 4. 6 Uji Normalitas (Kolmogorov-Smirnov) .....	60
Tabel 4. 7 Hasil Uji Multikolinieritas (Tolerance, VIF) .....	61
Tabel 4. 8 Hasil Uji Autokorelasi ( <i>Durbin-Watson</i> ).....	62
Tabel 4. 9 Hasil Uji Heteroskedastisitas ( <i>Glejser</i> ).....	63
Tabel 4. 10 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....	65
Tabel 4. 11 Hasil Analisis Regresi Linear Moderasi (MRA) .....	66
Tabel 4. 12 Hasil Uji Hipotesis Simultan (Uji F).....	66
Tabel 4. 13 Hasil Uji Hipotesis Parsial (Uji t).....	67
Tabel 4. 14 Hasil Koefisien Determinasi .....	69

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Laju Pertumbuhan (y-on-y) .....	3
Gambar 1.2 Grafik Consumer Goods Index (JKCONS).....	4
Gambar 1.3 Penggunaan Internet dan Media Sosial di Indonesia Tahun 2022. .....	8
Gambar 2.1 <i>Dragonfly Effect Model</i> .....	14
Grafik 4.1 Hasil Uji heteroskedastisitas ( <i>Scatter-Plot</i> ).....	64

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Data <i>Intangible Asset (Logaritma Natural)</i> .....	85
Lampiran 2. Data <i>Media Exposure (Janis-Fadner Coefficient)</i> .....	86
Lampiran 3. Data Nilai Perusahaan ( <i>Price to Book Value</i> ).....	87
Lampiran 4. Postingan yang berkaitan dengan CSR.....	88
Lampiran 5. Formulir Frekuensi Bimbingan .....	88
Lampiran 6. Lembar Persetujuan Perbaikan (Revisi).....	87
Lampiran 7. Matriks Perbaikan Seminar Proposal .....	92

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, Jennifer dan Andy Smith. (2010). *The Dragonfly Effect Quick, Effective, and Powerful Ways to Use Social Media To Drive Social Change*. San Fransisco: Jossey-Bass A Wiley Imprint.
- Adiputra, I. G., & Hermawan, A. (2020). *The effect of corporate social responsibility, firm size, dividend policy and liquidity on firm value: Evidence from manufacturing companies in Indonesia*. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 11(6), 325–338.
- Amrizal, & Rohmah, S. H. N. (2017). *Pengaruh kepemilikan institusional, dewan komisaris independen, komite audit dan kualitas audit terhadap tax avoidance*. Seminar Nasional Dan The 4th Call for Syariah Paper, 1(4), 76–89. <https://publikasiilmiah.ums.ac.id/xmlui/handle/11617/9217>
- Arikarsita, N. W., & Wirakusuma, M. G. (2020). *Kinerja Lingkungan, Kepemilikan Manajemen, Media Exposure dan Corporate Social Responsibility Disclosure*. *E- Journal Akuntansi*, 30(12), 3096-3109.
- Bowen, H. R. (1953). *Social Responsibility of the Businessman*.
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2022). *Pasar Modal*. Otoritas Jasa Keuangan.
- Brealey, R. A., Myers, S. C., Marcus, A. J., Sabran, B., Hardani, H. W., & Adi, M. (2007). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan* (5<sup>th</sup> ed.). Erlangga.
- Bringham, E. F., & Houston, J. F. (2011). *Dasar Dasar Manajemen Keuangan* (11 ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Brown, A., & Perry, M. (2020). *Industry characteristics and the media's impact on firm value*. *Journal of Business Research*, 118, 361-371.
- Chen, S., Jin, G. Z., & Zhang, A. (2017). *The Positive Impact of Media Exposure on Firm Value: Evidence from a Longitudinal Study*. *Journal of Business Ethics*, 144(2), 353-370.)
- Chi, C. G. Q., & Gursoy, D. (2019). *The impact of media exposure on firm value: Evidence from the restaurant industry*. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 43(6), 856-879.

- Darwinsyah, M. (2018). *Analisa Pengaruh Strategi Komunikasi CSR Melalui Media Sosial terhadap Reputasi Perusahaan (Studi Kasus pada Perusahaan Consumer Goods di Indonesia)*. *Inter Komunika: Jurnal Komunikasi*, 3(1), 59–72.
- Daulay, I. E. (2017). *Pengaruh Intangible Assets Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Kebijakan Keuangan Dan Pertumbuhan Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia*. Skripsi, 1–116.
- Donald E. Kieso, Jerry J. Weygandt, Terry D. Warfield. (2010). *Intermediate Accounting: IFRS Edition*.
- Fahmi, F. N. (2015). *Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris, Profitabilitas, Media Exposure dan Umur Perusahaan Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Studi Empiris Pada Perusahaan High Profile yang Terdaftar di bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2013)*. [Universitas Negeri Semarang].
- Ghozali, I. (2014). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, I. (2016a). *Analisis Mutivariate dengan Program SPSS 23* (Edisi Kede). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (9th editio). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gregory, J. (2019). *Making Intangible Tangible: Not Including Intangible Assets in Financial Statements Can Lead to Consequences*. The Conferesnce Board.
- Halim, A. (2007). *Akuntansi Sektor Publik (Akuntansi)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Harvard Business School Online. *What Is Corporate Social Responsibility? 4 Types*.
- Harmoni, A. (2011). *Media Richness Theory dan Potensi Webside Sebagai Media Komunikasi CSR oleh Perusahaan*. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komputer Program*.
- Hartono, J. (2007). *Metodologi Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman*. Yogyakarta: BPF E.
- Hartono, J. (2010). *Teori Portofolio dan Analisis Investasi* (7<sup>th</sup> ed.) BPEF.
- Herawati, Y. (2017). *Pengaruh Environmental Performance dan Media Exposure Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Yang*

*Dimoderasi Oleh Leverage [Universitas Pasundan].*  
<http://repository.unpas.ac.id/14255/>

- Hery. (2015). *Analisis Laporan Keuangan*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Hermawan, I. (2019). *Metodologi Penelitian Pendidikan: Kuantitatif, Kualitatif & mixed method*. Hidayatul Quran Kuningan.
- Ikatan Akuntansi Indonesia. (2015). *Standar Akuntansi Keuangan*. Salemba Empat.
- Ikatan Akuntan Indonesia. (2018). *Pernyataan Standar Akuntansi (PSAK) 19: Aset Tak Berwujud*.
- Indrarini, S. (2019). *Nilai Perusahaan Melalui Kualitas Laba (Good Governance dan Kebijakan Perusahaan)*. Scopindo Media Pustaka
- Irawan, D., & Kusuma, N. (2019). *Pengaruh Struktur Modal Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan*. *Jurnal AKTUAL*, 17(1), 66.
- Kemp, S. (2022). *Digital 2022: Indonesia*. Diambil 5 Maret 2023, dari <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>
- Kieso, D. E., & Warfield, T. D. (2011). *Akuntansi Keuangan Menengah 1 (IFRS)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kim, Y., & Kim, S. Y. (2020). *The impact of media exposure on corporate reputation and value: Evidence from South Korea*. *Journal of Business Research*, 117, 93-104.
- Kurniansyah, F. (2021). *Pengaruh Mekanisme Tata Kelola, Profitabilitas, Dan Media Exposure Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan Lingkungan Sebagai Variabel Mediasi*. Magister Thesis, Universitas Brawijaya.
- Leland, H. E., & Pyle, D. H. (1977). *Informational Asymmetries, Financial Structure, and Financial Intermediation*. *The Journal of Finance*, 32(2), 371–387.
- Lee, J., & Kim, S. (2019). *The Impact of Intangible Assets and Media Exposure on Firm Value: Evidence from the Technology Sector*. *Journal of Intellectual Capital*, 20(1), 38-54.)
- Liana, L. (2009). *Penggunaan MRA dengan SPSS untuk menguji pengaruh variabel*



*moderating terhadap hubungan antara variabel independen dan variabel dependen.* *Dinamik*, 14(2).

<https://unisbank.ac.id/ojs/index.php/fti1/article/view/95/90>

Majumdar, A., & Bose, I. (2019). *Do tweets create value? A multi-period analysis of Twitter use and content of tweets for manufacturing firms.* *International Journal of Production Economics*, 216, 1–11.

Marthin. (2017). *Implementasi Prinsip Corporate Social Responsibility Berdasarkan Undang-Undang No 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.* *Journal Of Private And Commercial Law Volume 1 No. 1, November 2017*, 3.

Mas, R., Ananto, T., & Wicaksono, D. (2020). *An Overview of The Perspective of The Dragonfly Effect In The Implementation of Corporate Social Responsibility in Digital Media (Case Study of Pt Tip Top Supermarket's CSR Program).* *FINANCIAL: Jurnal Akuntansi*, 6(2).

<https://financial.ac.id/index.php/financial>

Mashuri, A. A. S., & Husnah, N. L. E. (2020). *Pengaruh Agrevitass Pajak dan Media Exposure terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi.* *Jurnal STEI Ekonomi*, 29(01), 35–50. <https://doi.org/10.36406/JEMI.V29I01.236>

Milne, M. J., & Patten, D. M. (2002). *Securing Organizational Legitimacy: An Experimental Decision Case Examining The Impact Of Environmental Disclosures.* *Accounting, Auditing & Accountability Journal*.

Moridu, I. (2020). *Pengaruh Digital Banking Terhadap Nilai Perusahaan Perbankan (Studi Pada PT . Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk).* *Jurnal Riset Akuntansi Politala*, 3(2), 67–73.

Mulyadi. (2008). *Sistem Akuntansi.* Jakarta: Salemba Empat.2011. *Sistem Informasi Akuntansi untuk UKM.* EPrints.

Nadine Nur Hamima. (2022). *Pengaruh Profitabilitas Dan Csr Disclosure Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Media Exposure Sebagai Variabel Pemoderasi.* S1 thesis, Universitas Pendidikan Indonesia.

Nafarin, M. (2007). *Penganggaran Peusahaan.* Salemba Empat.

- Nailatul Fadhila. (2022). *Pengaruh Kinerja Keuangan Dan Intangible Asset Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sektor Consumer Goods Industry Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2017-2021*. S1 thesis, Universitas Pendidikan Indonesia.
- Nidar, S. R. (2016). *Manajemen Keuangan Perusahaan Modern (3 ed.)*. Bandung: Pustaka Reka Cipta.
- Pakpahan, A. F., Prasetio, A., Negara, E. S., Gurning, K., Situmorang, R. F. R., Tasnim, T., Sipayung, P. D., Sesilia, A. P., Rahayu, P. P., Purba, B., Chaerul, M., Yuniwati, I., Siagian, V., & Rantun, G. A. J. (2021). *Metodologi Penelitian Ilmiah*. Yayasan Kita Penulis.
- Rahmadiyah, D. A., Taris, D., Rahadiansyah, C., & Amalia, D. (2020). *Analisis penyajian aset tidak berwujud pada laporan keuangan (studi pada perusahaan LQ45 yang terdaftar di BEI tahun 2020)*. 178–187.
- Respati, R. D., & Hadiprajitno, P. B. (2015). *Analisis Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, Tipe Industri, Dan Pengungkapan Media Terhadap Pengungkapan Corporate Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014)*. *Diponegoro Journal of Accounting*, 4(4), 338-348.
- Reverte, C. (2009). *Determinants of Corporate Social Responsibility Disclosure Ratings by Spanish Listen Firms*. *Journal of Bussiness Ethics*, 88, 351-366.
- Romdhoni, A. (2019). *Semiotik Metodologi Penelitian*. Literatur Nusantara.
- Ruliana, P., & Lestari, P. (2019). *Manfaat Media Digital Dalam CSR*. CSR Indonesia.Com.
- Sari, S, P. (2022). *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).
- Sayekti, Y., & Wondabio, L. S. (2007). *Pengaruh CSR Disclosure terhadap Earning Response Coefficient (Suatu Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta)*. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, 8(2).

- Sejati, G. W., & Triyanto, D. N. (2021). *Pengaruh Pajak, Ukuran Perusahaan, Exchange Rate, dan Intangible Assets terhadap Transfer Pricing (Studi Pada Perusahaan Sektor Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (Bei) Periode 2015 - 2019)*. e.Proceeding of Management, 8(2), 1085 - 1092.
- Setijawan, I. (2011). *Pengaruh Aset Tidak Berwujud Terhadap Nilai Perusahaan*. Aset 13(2): 139-154.
- Solikhah, B., & Mustika Winarsih, A. (2016). *Pengaruh Liputan Media, Kepekaan Industri, dan Struktur Tata Kelola Perusahaan Terhadap Kualitas Pengungkapan Lingkungan*. Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Indonesia, 13(1), 1–22. <https://doi.org/10.21002/JAKI.2016.01>
- Soraya, L. dan M. Syafruddin. (2013). *Pengaruh Nilai Aset Tidak Berwujud dan Penelitian dan Pengembangan Terhadap Nilai Pasar Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2009-2010)*. Diponegoro Journal of Accounting 2(2): 1-9.
- Sudijono, A. (2010). *Pengantar Statistik Pendidikan*. Rajawali Press.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfa Beta.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, R&D*. Bandung: alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Sunardi, N., & Permana, R. D. I. (2019). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Harga Saham Dan Dampaknya Pada Nilai Perusahaan (Studi Kasus pada Perusahaan Sub Sektor Pertambangan Minyak dan Gas Bumi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017)*. JIMF (Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma), 2(2), 62–72. <https://doi.org/10.32493/frkm.v2i2.3407>
- Suwardika, I. N. A., & Mustanda, I. K. (2017). *Pengaruh Leverage, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Properti*. E-Jurnal Manajemen Unud, 6(3), 1248–1277.

- Tobin, J. (1969). *A General Equilibrium Approach To Monetary Theory*. *Journal of Money, Credit and Banking*, 1(1), 15–29.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.2307/1991374>
- Trisnajuna, M. dan E. A. Sisdyani. (2015). *Pengaruh Aset Tidak Berwujud dan Biaya Penelitian dan Pengembangan Terhadap Nilai Pasar dan Kinerja Keuangan Perusahaan*. *E-Jurnal Akuntansi* 13(3): 888-915.
- Umar, H. (2005). *Metode Penelitian Untuk Tesis dan Bisnis*. Grafindo Persada.
- Vomberg, A. C. Homburg, dan T. Bornemann. (2015). *Talented People and Strong Brands: The Contribution of Human Capital and Brand Equity to Firm Value*. *Strategic Management Journal* 36(13): 2122-2131.
- Warren, C. S. (2008). *Pengantar Akuntansi*. Jakarta: Salemba Empat.
- We Are Social & Hootsuite. (2022). *Digital 2022*. Diambil 5 Maret 2023, dari [www.datareportal.com](http://www.datareportal.com)
- Widyanti, R. (2012). *Pengaruh Intensitas Intangible Assets Terhadap Kebijakan Keuangan*. Fakultas Ekonomi, Universitas Sebelas Maret.
- Widiastuti, H., Utami, E. R., & Handoko, R. (2018). *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Tipe Industri, Growth, Dan Media Exposure Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2015)*. *Riset Akuntansi Keuangan Indonesia (REAKSI)*, 32.  
<https://journals.ums.ac.id/index.php/reaksi/article/view/6745/4136>
- Widhiastuti, N. L. P. dan M. Y. Latrini. (2015). *Pengaruh Return On Asset dan Intangible Asset terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Pemoderasi*. *E-Jurnal Akuntansi* 11(2): 370-383
- Wijaya, R. A., & Suganda, T. R. (2020). *Pengaruh investment opportunity set, kinerja keuangan, dan intangible asset terhadap nilai perusahaan*. *Jurnal Akuntabel*, 17(2), 2020–215. Diambil dari <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/akuntabel>

Wulandari, F. E., Susanty, A., & Sari, E. (2021). *The Moderating Role of Media Exposure on the Influence of Intangible Asset to Firm Value*. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 12(2), 166-179.

Zhang, X. (2015). *Measuring Media Reputation: A Test of the Construct Validity and Predictive Power of Seven Measures*. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 93(4), 884–905.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.1177%2F1077699015610065>