



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 4 No. 3 (2025) pp: 2980-2985

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Pengaruh Struktur Kepemilikan Institusional dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Chany¹, Stevany Hanalya Dethan², Baiq Nadia Nirwana³, Restu Alpiamsah⁴, Susilo Talidobel⁵

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bumigora

2103010001@universitasbumigora.ac.id, eva@universitasbumigora.ac.id, baiqnadia@universitasbumigora.ac.id,

alpriansahrestu@universitasbumigora.ac.id, susilo@universitasbumigora.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh struktur kepemilikan institusional dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan subsektor kosmetik dan produk rumah tangga yang terdaftar di BEI 2017 hingga 2024. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan deskriptif asosiatif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui metode pustaka dan dokumentasi laporan perusahaan subsektor kosmetik dan produk rumah tangga. Sampel penelitian terdiri dari 5 perusahaan subsektor kosmetik dan produk rumah tangga yang dipilih dengan teknik sampel jenuh yang termasuk dalam non probability sampling selama periode 2017–2024, menghasilkan 40 observasi. Analisis data dilakukan menggunakan metode regresi data panel dengan pendekatan fixed effect model. Hasil penelitian menunjukkan bahwa struktur kepemilikan institusional berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan struktur kepemilikan institusional dan ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Temuan ini menegaskan pentingnya kondisi eksternal perusahaan seperti ketidaksesuaian antara tren kepemilikan institusional dan ukuran perusahaan dengan nilai perusahaan ini mengindikasikan kemungkinan adanya permasalahan keagenan (agency conflict), di mana efektivitas struktur kepemilikan dan ukuran perusahaan belum mampu mendorong peningkatan nilai perusahaan secara optimal.

Kata kunci: Struktur Kepemilikan Institusional, Ukuran Perusahaan, Nilai Perusahaan

1. Latar Belakang

Dunia kecantikan dalam beberapa tahun belakangan ini mengalami perkembangan yang sangat pesat. Perubahan ini tidak dapat dilepaskan dari keterlibatan teknologi digital yang semakin mendominasi berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam industri kecantikan. Teknologi digital telah menjadi salah satu faktor utama yang mendorong transformasi dalam tren serta perilaku masyarakat terhadap kecantikan itu sendiri (Fitria 2013). Jika dibandingkan dengan periode-periode sebelumnya, tingkat perkembangan dalam industri ini menunjukkan perbedaan yang sangat signifikan, baik dari segi inovasi produk, strategi pemasaran, hingga preferensi konsumen yang semakin dinamis (Shalmon 2020).

Di era industrialisasi yang semakin kompetitif sekarang ini, perusahaan-perusahaan di sektor kecantikan dituntut untuk mampu meningkatkan daya saing secara berkesinambungan. Persaingan tidak hanya terjadi di pasar domestik, tetapi juga meluas hingga ke pasar global. Oleh karena itu, inovasi, adaptabilitas, serta pemahaman yang mendalam terhadap dinamika pasar menjadi kunci utama dalam mempertahankan keberlangsungan dan pertumbuhan perusahaan (Rachmawati 2019).

Dalam fenomena tersebut, salah satu aspek penting yang menjadi perhatian utama investor adalah **nilai perusahaan**. Nilai perusahaan mencerminkan persepsi investor terhadap prospek dan kinerja perusahaan, serta menjadi indikator keberhasilan manajemen dalam mengelola sumber daya yang dimiliki. Untuk memenangkan persaingan, perusahaan dituntut mampu menerapkan strategi yang efektif dan efisien, serta mengoptimalkan seluruh potensi yang ada agar nilai perusahaan terus meningkat (Suharman et al. 2023). Nilai perusahaan yang tinggi, yang tercermin dalam harga saham, menjadi cerminan kepercayaan investor sekaligus ukuran kinerja dan keberhasilan perusahaan di mata pasar (Rachmawati 2024).

Perusahaan dalam perkembangan jangka panjangnya selalu berusaha untuk mempertahankan keunggulan bisnisnya dalam meningkatkan nilai perusahaan. Optimalisasi nilai perusahaan yang merupakan tujuan perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan fungsi manajemen keuangan, dimana satu keputusan keuangan yang diambil

akan memengaruhi keputusan keuangan lainnya dan berdampak pada nilai perusahaan. Secara normatif tujuan keputusan keuangan adalah untuk memaksimalkan nilai perusahaan atau memaksimalkan kemakmuran pemegang saham. Nilai perusahaan adalah harga yang bersedia di bayar oleh calon pembeli apabila perusahaan di jual. Semakin tinggi nilai perusahaan, semakin besar kemakmuran yang akan diterima oleh pemilik perusahaan (Wulandari and Wiksuana 2017).]

Elemen-elemen seperti struktur kepemilikan dan ukuran perusahaan juga memainkan peran penting dalam mempengaruhi hasil finansial. Struktur kepemilikan dapat mempengaruhi keputusan strategis dan kebijakan perusahaan, Struktur kepemilikan menggambarkan distribusi saham di antara pemegang saham dan dapat mempengaruhi kebijakan serta arah perusahaan dan juga dapat mempengaruhi kinerja perusahaan (Andarsari 2021). Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kinerja suatu perusahaan adalah kepemilikan institusional, karena untuk mendukung kinerja manajemen agar lebih baik perlu adanya kepemilikan oleh institusional sebagai kepemilikan saham yang merupakan salah satu yang dapat mewakili sumber kekuasaan (Hayati, Wardhana, and Mustaqim 2024).

Mengacu pada signalling theory, ukuran perusahaan merupakan salah satu variabel yang turut menentukan nilai suatu perusahaan dan dapat memberikan sinyal positif kepada investor yang mengarahkan pada peningkatan nilai perusahaan (Rumondor, Mangantar, and Sumarauw 2015). Ukuran perusahaan merupakan besar maupun kecilnya suatu perusahaan yang dapat dilihat melalui besarnya ekuitas, penjualan maupun total aktiva perusahaan. Total aktiva perusahaan yang semakin besar dapat menggambarkan bahwa perusahaan tersebut sudah mencapai tahap kedewasaannya. Perusahaan yang telah berada pada tahap kedewasaannya maka perusahaan telah memiliki arus kas yang positif serta diperkirakan akan mempunyai aspek menguntungkan dalam kurun waktul relatif lama. Ukuran perusahaan yang semakin tinggi akan berkaitan erat dengan keputusan pendanaan yang akan diterapkan oleh perusahaan guna mengoptimalkan nilai perusahaan (Mulyah 2020).

Fenomena yang berkaitan dengan struktur kepemilikan, ukuran perusahaan, dan nilai perusahaan. Konsentrasi kepemilikan yang meningkat tidak selalu berdampak pada naiknya nilai perusahaan, kepemilikan institusional yang awalnya meningkat justru menurun di tahun tertentu. Selain itu, ukuran perusahaan yang bertambah tidak selalu diiringi peningkatan nilai perusahaan.

Berdasarkan data rata-rata dari tahun 2017 hingga 2024, terjadi dinamika yang menarik pada variabel struktur kepemilikan institusional, ukuran perusahaan, dan nilai perusahaan dalam perusahaan subsektor kosmetik dan produk rumah tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Meskipun kepemilikan institusional cenderung stabil dan mengalami sedikit peningkatan dari 70,68% pada tahun 2017 menjadi 71,66% pada tahun 2024, nilai perusahaan menunjukkan pola yang fluktuatif dan cenderung meningkat, dari 16,91% pada tahun 2017 menjadi 67,56% pada tahun 2024. Di sisi lain, ukuran perusahaan relatif stabil selama periode tersebut, namun tidak diiringi dengan peningkatan nilai perusahaan. Ketidaksesuaian antara tren kepemilikan institusional dan ukuran perusahaan dengan nilai perusahaan ini mengindikasikan kemungkinan adanya permasalahan keagenan (agency conflict), di mana efektivitas struktur kepemilikan dan skala perusahaan belum mampu mendorong peningkatan nilai perusahaan secara optimal.

Menurut Rachmawati (2024) Menyatakan hasil penelitiannya bahwa nilai perusahaan tidak dipengaruhi oleh kepemilikan institusional. Kurangnya keterlibatan pemilik saham institusi dalam pengambilan keputusan manajer juga mengakibatkan kepemilikan institusional tidak berdampak signifikan terhadap nilai perusahaan. Banyak pemegang saham institusional yang tidak aktif dalam tata kelola perusahaan yang mereka miliki sahamnya. Selain itu (Rachmawati 2024) menyatakan bahwa ukuran perusahaan juga tidak dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Dalam perusahaan yang besar, akan lebih mudah mengakses pasar modal, sehingga akan mudah mendapatkan investor dan nilai perusahaan akan meningkat melalui harga sahamnya. Perusahaan yang memiliki pertumbuhan besar akan mendapatkan kemudahan peluang untuk memasuki pasar modal.

Berdasarkan hasil penelitian menurut (Iswara 2023) menunjukkan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV). manajemen sering mengambil tindakan atau kebijakan yang tidak optimal dan cenderung mengarah pada kepentingan pribadi mengakibatkan strategi aliansi antara investor institusional dengan pihak manajemen menjadi sinyal negatif untuk pihak luar. Tindakan ini bisa merugikan operasional perusahaan.

(Kartika 2024) memiliki pendapat yang berbeda yaitu, kepemilikan institusional mempunyai pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor industri makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2017-2020. Kepemilikan institusional dianggap tidak mempunyai hubungan dengan nilai perusahaan karena kepemilikan institusional tidak mampu melakukan pengawasan secara optimal terhadap kinerja manajer perusahaan. Selain itu, (Kartika 2024) juga menyatakan bahwa ukuran perusahaan mempunyai pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor industri makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2017-2020.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif asosiatif. Menurut (Sugiyono 2007), menyatakan bahwa asosiatif kausal menjelaskan hubungan sebab akibat antara dua variabel atau lebih dalam penelitian. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dokumentasi, yaitu dengan menghimpun data sekunder dari sumber resmi seperti laporan keuangan tahunan perusahaan yang dipublikasikan oleh Bursa Efek Indonesia (Sugiyantoro 2020). Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sampel jenuh yang termasuk dalam *non probability sampling*. *Non-probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Adolph 2016). Data dianalisis menggunakan metode regresi data panel dengan pendekatan Fixed Effect Model dan bantuan software Eviews versi 12. Uji yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji asumsi klasik, uji koefisien determinasi, uji t untuk pengujian secara parsial, dan uji F untuk pengujian secara simultan.

3. Hasil dan Diskusi

Uji Chow

Tabel Hasil Uji Chow

Effects Test	Statistic	d.f	Prob.
cross-section F	3.541899	(4,33)	0.0164
cross-section chi-square	14.287982	4]	0.0064

Hasil uji chow pada penelitian ini menunjukkan bahwa nilai probabilitas cross-section chi-square lebih besar dari signifikansi sebesar 0.05 ($0.0064 < 0.05$) artinya dalam penelitian ini model estimasi yang terpilih adalah FEM.

Uji Hausman

Tabel Hasil Uji Hausman

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq d.f	Prob.
cross-section random	7.467375	2	0.0239

Berdasarkan hasil uji hausman yaitu sebesar $0.0239 < 0.05$, maka dapat disimpulkan bahwa keputusan pemilihan model yang terpilih yaitu FEM.

Estimasi Persamaan Regresi Data Panel

Berdasarkan hasil estimasi model dengan pendekatan *Fixed Effect Model*, diperoleh persamaan regresi data panel sebagai berikut:

Tabel Common Effect Model (CEM)

Variabel	Corfficient
C	954.6235
X1	58.64927
X2	61.57789

$$PBV = 83.67113 - 38.77290 * X_1 - 15.73303 * X_2 + \epsilon$$

1. konstanta Nilai Perusahaan (Y) sebesar 83.67113 menunjukkan bahwa ketika variabel Kepemilikan Institusional (X1) dan Ukuran Perusahaan (X2) diasumsikan tidak memiliki pengaruh atau bernilai nol, maka Nilai Perusahaan diperkirakan berada pada angka sebesar 66.93810.
2. Koefisien Kepemilikan Institusional (X1) sebesar - 38.77290 mengindikasikan bahwa setiap peningkatan 1 persen kepemilikan institusional, maka nilai perusahaan mengalami peurunan sebesar 38.77290.
3. koefisien Ukuran Perusahaan (X2) sebesar - 15.73303 artinya bahwa setiap peningkatan 1 persen ukuran perusahaan, maka nilai perusahaan mengalami penurunan sebesar 15.73303.

Uji Multikoleniaritas

Tabel Hasil Uji Multikoleniaritas Variance Inflation Factor (VIF)

Variabel	Corfficient Variance	Uncentered VIF	Centered VIF
C	954.6235	16077.81	NA
X1	58.64927	505.4140	5.479683
X2	61.57789	11287.69	5.479683

Berdasarkan tabel 4.7 di atas, dan dengan hipotesis pengambilan keputusan dapat disimpulkan bahwa data tidak memiliki masalah multikoleniaritas, karena nilai korelasi antar variabel struktur kepemilikan institusional dan ukuran perusahaan lebih kecil dari 10.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel Hasil Uji Heteroskedastisitas Menggunakan Uji Glejser

Variabel	Corfficient	Std Error	t-Statistic	Prob.
C	-1.081813	18.46521	-0.058587	0.9536
X1	-4.828483	4.576880	-1.054973	0.2983
X2	1.699833	4.689760	0.362456	0.7191

Hasil uji heteroskedastisitas memiliki nilai prob. C, X1, X2 lebih dari tingkat signifikansi 0,05 (prob. > 0,05). Hal ini berarti tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Tabel Hasil Uji Autokorelasi

F-Statistic	1.382884	Prob.F(2,35)	02644
Obs*Rsquared	2.928214	Prob. Chi-Square(2)	0.2313

Hasil uji autokorelasi menunjukkan nilai prob. Chi-square sebesar 0.2461. Berdasarkan kriteria pengujian autokorelasi, hasil menunjukkan Nilai probabilitas > α (taraf signifikan 0,05 atau 5%), maka tidak terjadi autokorelasi 0.2461 > 0,05 sehingga dapat disimpulkan tidak terdapat masalah autokorelasi dalam penelitian ini.

Uji Parsial (t)

Tabel Hasil Uji t

Variabel	Corfficient	Std Error	t-Statistic	Prob.
C	83.67113	121.1572	0.690600	0.4946
X1	-38.77290	23.83950	-1.626414	0.1134
X2	-15.73303	36.86199	-0.426809	0.6723

Berdasarkan pengujian variabel struktur kepemilikan institusional (X₁) menunjukkan nilai probabilitas sebesar 0.1134 lebih besar dari 0.05. Hasil ini menunjukkan bahwa H₁ ditolak, yang artinya bahwa variabel struktur

kepemilikan institusional tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan pengujian variabel ukuran perusahaan (X_2) menunjukkan nilai probabilitas 0.6723 lebih besar dari 0.05. Hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis H_2 ditolak, yang artinya bahwa variabel ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Uji Simultan (F)

Tabel Hasil Uji F

F- statistic	22.23118
Prob(F- statistic)	0.000000

Berdasarkan table diatas diperoleh nilai F-statistic sebesar 22.23118 dengan nilai probabilitas sebesar $0.000000 < 0,05$, maka H_3 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa struktur kepemilikan institusional dan ukuran perusahaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel Hasil Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R^2)

R- squared	0.801667
Adjusted R-squares	0.765607

Berdasarkan tabel diatas nilai Adjusted R^2 yang diperoleh sebesar 0.763522 atau 76%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel dependen, yaitu nilai perusahaan, dapat dijelaskan oleh variabel independen berupa struktur kepemilikan institusional dan ukuran perusahaan sebesar 76%. Hasil dari uji koefisien determinasi ini memberikan gambaran bagi peneliti maupun perusahaan dalam subsektor kosmetik dan produk rumah tangga, mengenai sejauh mana faktor-faktor tersebut memengaruhi nilai perusahaan. Dengan demikian, perusahaan dapat mengelola struktur kepemilikan dan skala usahanya secara lebih optimal untuk meningkatkan nilai perusahaan.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data dan analisis regresi data panel yang telah dilakukan terhadap perusahaan-perusahaan subsektor kosmetik dan produk rumah tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2018 hingga 2023, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut: Variabel kepemilikan institusional menunjukkan pengaruh yang negatif terhadap nilai perusahaan dan tidak signifikan secara statistik. Hal ini mengindikasikan bahwa meningkatnya proporsi kepemilikan institusional tidak selalu mampu mendorong peningkatan nilai perusahaan secara nyata. Peran investor institusional dalam perusahaan masih belum sepenuhnya optimal dalam memberikan tekanan terhadap kebijakan manajemen dan pengambilan keputusan yang berdampak pada peningkatan nilai perusahaan. Variabel ukuran perusahaan menunjukkan pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan dan juga tidak signifikan secara statistik. Hasil ini menjelaskan bahwa skala atau besarnya perusahaan tidak secara otomatis meningkatkan persepsi investor terhadap nilai perusahaan. Dalam subsektor kosmetik dan produk rumah tangga, kemungkinan terdapat faktor-faktor lain di luar ukuran perusahaan yang lebih diperhatikan oleh investor dalam menilai kinerja dan potensi perusahaan. Struktur kepemilikan institusional dan ukuran perusahaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada subsektor kosmetik dan produk rumah tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2017 hingga 2024. Struktur kepemilikan institusional dan ukuran perusahaan dipandang sebagai sinyal positif oleh pasar. Kehadiran institusi sebagai pemegang saham dan skala usaha yang besar meningkatkan kepercayaan investor terhadap kinerja dan prospek perusahaan, sehingga berdampak positif terhadap nilai pasar perusahaan. Hasil ini memperkuat teori agensi, yang menyatakan bahwa investor institusional dapat berperan sebagai pengawas yang efektif terhadap manajemen perusahaan.

Referensi

1. Adolph. 2016. "Metodologi Penelitian," 1–23.
2. Andarsari. 2021. "Pengaruh Struktur Modal Dan Struktur Kepemilikan Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Sektor Jasa Keuangan Periode 2015-2017)." *Journal Of Accounting And Financial Issue* 2 (1): 2775–4642.
3. Fitria. 2013. "Tinjauan Umum Tentang Koperasi." *Journal Of Chemical Information And Modeling* 53 (9): Hal.29.
4. Hayati, Nur, M Adhitya Wardhana, And Yunus Mustaqim. 2024. "Dinamika Kinerja Keuangan PT Unilever Indonesia Tbk Pasca- Boikot Dari Perspektif Islam" 20 (2): 62–71.
5. Iswara. 2023. "Analisis Pengaruh Struktur Kepemilikan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Intervening." *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi* 12 (3): 1–21.
6. Kartika. 2024. "Pengaruh Kepemilikan Institusional Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Pada Nilai Perusahaan Makanan Dan Minuman." *Jumba (Journal Of Management And Bussiness Alifana)* 1 (02): 11–20.
7. Mulyah, Pipit. 2020. "Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, Dan Profitabilitas Terhadap Inlai Perusahaan." *Journal GEEJ* 7 (2): 1–7.
8. Rachmawati. 2024. "Pengaruh Struktur Kepemilikan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan." *Owner* 8 (1): 595–605. <https://doi.org/10.33395/owner.v7i4.1916>.
9. Rachmawati, Meivia. 2019. "Pengaruh Profitabilitas dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Mediasi (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertanian Sub Sektor Perkebunan Yang Terdaftar Di BEI 2014-2018) SKRIPSI."
10. Rumondor, Regina, Maryam Mangantar, And Jacky S.B. Sumarauw. 2015. "Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan Dan Risiko Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sub Sektor Plastik Dan Pengemasan Di Bei." *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 3 (3): 159–69.
11. Shalmon, Jerry. 2020. "Sustainable Beauty: Kesiapan Konsumen Di Indonesia Dalam Mengintegrasikan Konsep Keberlanjutan Dalam Pengelolaan Sampah Kemasan Plastik Produk Industri Kecantikan." *Law Review* XX (2): 138–68.
12. Sugiyantoro, Dwi. 2020. "Pengaruh Struktur Modal Dan Return On Assets Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Industri Manufaktur Sektor Industri Dasar Dan Kimia Sub Sektor Pulp Dan Kertas Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2009 Sampai 2016." *Jurnal Indonesia Membangun* 19 (3): 12–26.
13. Sugiyono. 2007. "BAB 3. Skripsi." *Journal Of Chemical Information And Modeling* 53 (9): 1689–99. <https://doi.org/http://repository.stei.ac.id/4263/4/Bab%203.Pdf>.
14. Suharman, Harry, Dini Wahjoe Hapsari, Nurul Hidayah, And Rr Sri Saraswati. 2023. "Value Chain In The Relationship Of Intellectual Capital And Firm's Performance." *Cogent Business And Management* 10 (1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2199482>.
15. Wulandari, Ni Made Intan, And I Gusti Bagus Wiksuana. 2017. "Peranan Corporate Social Responsibility Dalam Memoderasi Pengaruh Profitabilitas, Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan." *E-Jurnal Manajemen Unud* 6 (3): 1278–1311.