

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Perusahaan manufaktur adalah perusahaan industri yang mengelola bahan baku menjadi barang setengah jadi atau barang jadi yang dimana hasil olahan tersebut dijual kepada konsumen. Perusahaan manufaktur yang telah *go public* di Bursa Efek Indonesia (BEI) dikelompokkan menjadi sektor industri dasar dan kimia, sektor aneka industri, dan sektor industri barang konsumsi yang terdapat dari beberapa sub sektor pada masing-masing sektor. Selain itu menurut Kementerian Perindustrian (Kemenperin) sektor manufaktur memberikan kontribusi besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional. Salah satu sektor yang berpengaruh dan berkontribusi besar dalam pertumbuhan Indonesia adalah perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang bisa berkembang dan mendorong pertumbuhan perekonomian negara.

Industri barang konsumsi merupakan salah satu sektor industri yang menjadi perhatian dan penopang kebutuhan hidup masyarakat yang disebabkan karena jumlah penduduk yang terus meningkat di Indonesia, tingkat konsumsi masyarakat pun juga ikut meningkat. Ini menunjukkan produk barang konsumsi selalu dibutuhkan dalam kehidupan manusia. Tingkat konsumsi yang besar dan terus meningkat tersebut dapat menarik para investor asing maupun domestik untuk menanamkan investasinya di Indonesia, sehingga akan berpengaruh pada harga saham. Sektor industri barang konsumsi merupakan industri yang produkknya langsung berhubungan dengan konsumen, dikarenakan Produk pada industri barang konsumsi merupakan barang yang dipakai secara langsung atau tidak langsung oleh konsumen untuk keperluan pribadi atau rumah tangga yang bersifat sekali habis. Dalam industri barang konsumsi terdiri dari sub sektor makanan dan minuman, rokok, farmasi, kosmetik dan barang keperluan rumah tangga, dan peralatan rumah tangga.

Bagi perusahaan *go public* atau publik kapitalisasi pasar merupakan faktor penting untuk menggambarkan nilai total perusahaan. Dalam investasi, nilai

kapitalisasi pasar mempunyai arti penting bagi investor, sekaligus menjadi peran penting untuk mempengaruhi respon dari investor. Berikut adalah rata-rata nilai kapitalisasi pasar setiap sektor yang tercatat pada Bursa Efek Indonesia:

Tabel 1. 1 Rata-rata Nilai Kapitalisasi Pasar

No	Sektor	Rata-rata (dalam jutaan rupiah)
1	Pertanian	106.303,6
2	Pertambangan	315.408,8
3	Industri dasar dan kimia	510.935,8
4	Aneka industri	297.125,5
5	Industri barang konsumsi	1.275.401
6	Properti, Real Estate, dan konstruksi bangunan	157.980
7	Infrastruktur, Utilitas, dan Transportasi	733.266,8
8	Keuangan	2143.890
9	Perdagangan, Jasa, dan Investasi	678.300

Sumber: Indonesia Stock Exchange (2020)

Pada tabel 1.1 menunjukkan bahwa rata-rata nilai kapitalisasi pasar perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi merupakan sektor dengan nilai kapitalisasi pasar yang besar atau dapat dikatakan perusahaan di sektor industri barang konsumsi dihargai tinggi atau mahal oleh pasar, dengan pertumbuhan yang terus meningkat dari setiap tahunnya. Hal ini disebabkan sektor industri barang konsumsi memproduksi produk makanan dan minuman yang merupakan salah satu kebutuhan paling utama yang dibutuhkan bagi masyarakat di Indonesia.

1.2 Latar Belakang Penelitian

Tujuan utama dari setiap perusahaan pada dasarnya sama, yaitu ingin menghasilkan nilai perusahaan yang maksimal untuk perusahaan (Sugeng, 2017:9). Dengan memperhatikan nilai perusahaan, perusahaan dapat bersaing dengan perusahaan lainnya pada pangsa pasar setiap perusahaan dengan melakukan perencanaan yang baik dalam jangka panjang maupun jangka pendek. Salah satu cara untuk memaksimalkan atau mengoptimalkan nilai perusahaan adalah dengan memperhatikan harga saham perusahaan. Harga saham akan mempengaruhi nilai perusahaan, sehingga nilai saham yang tinggi akan direspon positif oleh investor (Franita, 2018:7).

Informasi yang diberikan oleh perusahaan kepada investor merupakan sinyal petunjuk dalam bentuk langsung maupun tidak langsung yang dilakukan

perusahaan untuk memberikan informasi kepada pihak luar, dimana akan memberikan pengaruh penilaian kepada pihak diluar perusahaan mengenai keputusan investasi yang akan diambil (Gumanti, 2009). *Signalling Theory* atau teori sinyal adalah suatu sinyal yang bernilai bagi perusahaan untuk memberikan petunjuk kepada pihak luar atau investor mengenai manajemen melihat prospek perusahaan yang akan datang (Adik & Raharja, 2018).

Nilai perusahaan yang meningkat atau tinggi merupakan capaian kesejahteraan pemilik perusahaan dan mencerminkan nilai pemegang saham juga ikut meningkat. Pada perusahaan yang *go public*, nilai perusahaan digambarkan dari sistem permintaan dan penawaran harga saham di bursa yang dikemukakan pada *listing price capitalization*. Semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi pula nilai perusahaan yang diperoleh (Zurriah, 2021).

Nilai perusahaan dapat diproksikan atau diukur dengan tiga metode, yaitu *Price to Earning Ratio* (PER), *Price to Book Value* (PBV), dan Tobin's Q (Fu et al., 2017). Dalam penelitian ini, nilai perusahaan diukur dengan menggunakan PBV. Rasio PBV merupakan perbandingan antara *market value* suatu saham terhadap *book value*. *Price to Book Value* mengukur seberapa jauh sebuah perusahaan mampu menghasilkan nilai perusahaan yang relatif bagus dengan jumlah modal yang diinvestasikan, sehingga semakin tinggi rasio PBV menggambarkan semakin berhasil perusahaan menciptakan nilai yang bagus bagi pemegang saham (Khumairoh, 2016). Semakin tinggi *price to book value* menggambarkan tingkat kesejahteraan pemegang saham juga semakin tinggi yang merupakan tujuan utama dari perusahaan (Sudiani & Darmayanti, 2016).

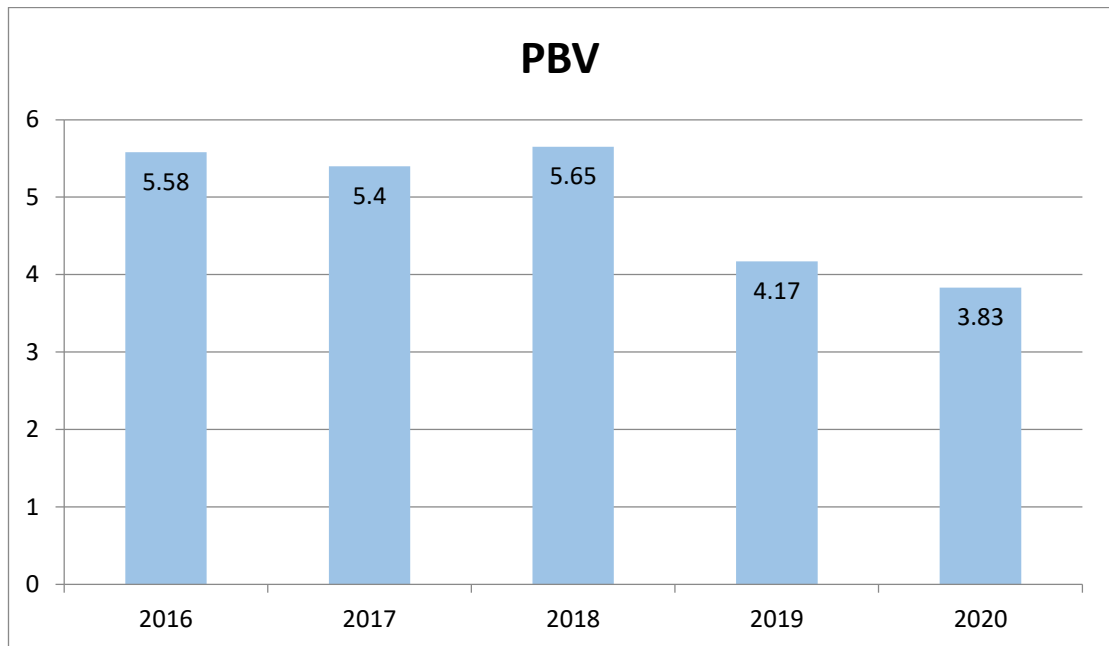
Terjadi fenomena yang berkaitan dengan nilai perusahaan disebabkan oleh perusahaan-perusahaan pada sektor industri barang konsumsi. Sejak awal tahun 2019, kinerja industri barang konsumsi mengalami penurunan signifikan sebesar 20%. Terjadi pada beberapa emiten yang mengalami penurunan hingga mempunyai laba yang negatif, yaitu pada PT Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk (HMSP) mengalami penurunan hingga -43,9%, PT Gudang Garam Tbk (GGRM) mengalami penurunan hingga sebesar -36,08%, PT Unilever Indonesia Tbk

(UNVR) mengalami penurunan sebesar -6,66%, dan PT Mayora Indah Tbk (MYOR) mengalami penurunan sebesar -17,18% (Muamar, 2019).

Pada tahun 2020 mengalami penurunan pertumbuhan juga pada sektor industri barang konsumsi, penurunan terjadi pada sejumlah emiten barang konsumsi yang mengalami perlambatan kinerja (Qolbi & Rahmawati, 2020). Faktor yang mempengaruhi perlambatan kinerja, yaitu disebabkan adanya daya beli masyarakat yang menurun sepanjang tahun 2020. Kemudian, adanya pergeseran pilihan konsumen dari produk *Fast Moving Consumer Good* (FMCG) ke produk non-FMCG mengakibatkan semakin memperlambat pertumbuhan industri barang konsumsi (Muamar, 2018).

Perlambatan kinerja terjadi terjadi pada beberapa emiten sektor industri barang konsumsi yang mengalami penurunan signifikan, yaitu pada PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR) mengalami penurunan sebesar 19,7%, PT CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP) sahamnya mengalami penurunan sebesar 3,57%, dan PT Kalbe Farma Tbk (KLBF) juga mengalami penurunan sebesar 20,23% (Muamar, 2018).

Tingkat harga saham yang mengalami *overvalued* atau *undervalued* dapat dilihat melalui *Price to Book Value* (PBV) pada laporan keuangan perusahaan yang merupakan salah satu indikator yang mencerminkan nilai perusahaan. Berikut ini adalah gambaran nilai perusahaan dengan proksi PBV perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi dari tahun 2016 hingga tahun 2020 disajikan pada gambar sebagai berikut:



Gambar 1. 1 Rasio *Price To Book Value* Industri Barang Konsumsi Periode 2016-2020

Sumber: Indonesia Stock Exchange (2020)

Berdasarkan gambar 1.1 menjelaskan nilai perusahaan yang diprosikan dengan PBV pada sektor industri barang konsumsi mengalami nilai yang fluktuasi selama lima tahun terakhir, terjadi penurunan pada tahun 2017 sebesar 0,18 kemudian terjadi peningkatan tidak terlalu signifikan kembali pada tahun 2018 sebesar 0,25. Namun terjadi penurunan kembali pada tahun 2019 menjadi 4,17 yang semula 5,65. Lalu pada tahun 2020 PBV pada sektor industri barang konsumsi mengalami penurunan lagi sebesar 0,34 menjadi 3,83 pada tahun 2020.

Fenomena penurunan tersebut diduga terjadi di beberapa perusahaan yang nilai sahamnya turun signifikan, yaitu PT Ultrajaya Milk Industry and Trading Company (ULTJ) yang sahamnya turun sebesar 72% dari harga tahun 2016 sebesar Rp4.570 menjadi sebesar Rp1.295 tahun 2017, PT Gudang Garam Tbk (GGRM) sahamnya menurun sebesar 37% dari harga tahun 2018 sebesar Rp83.626 menjadi Rp53.000 pada tahun 2019, PT Delta Djakarta Tbk (DLTA) sahamnya menurun sebesar 35% dari harga tahun 2019 sebesar Rp6.800 menjadi Rp4.400 pada tahun 2020, PT Multi Bintang Indonesia Tbk (MLBI) sahamnya menurun sebesar 37% dari harga tahun 2019 sebesar Rp15.500 menjadi Rp9.700

pada tahun 2020, dan PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR) sahamnya menurun sebesar 83% dari harga tahun 2019 sebesar Rp42.000 menjadi Rp7.350 pada tahun 2020 (*Indonesia Stock Exchange, 2020*). Nilai perusahaan dari sektor industri barang konsumsi menurun disebabkan oleh turunnya harga saham pada emiten rokok yang memiliki peran utama dalam indeks saham sektor industri barang konsumsi, turunnya indeks saham terjadi sejak awal tahun 2019, penurunan indeks saham industri barang konsumsi sebesar 12,6% (N. qolbi dan H. K. Dewi, 2019).

Tingkat pertumbuhan PBV sektor industri barang konsumsi pada periode 2016-2020 yang tidak konsisten cenderung fluktuatif terjadi, karena terdapat berbagai faktor yang mempengaruhinya. Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan tersebut bisa berasal dari internal perusahaan maupun eksternal perusahaan. Analisis *research gap* menunjukkan variabel yang mempengaruhi nilai perusahaan paling dominan adalah pertumbuhan likuiditas, profitabilitas, dan *investment opportunity set* (Sudiani & Darmayanti, 2016). Beberapa faktor yang diprediksi mempengaruhi nilai perusahaan dari penelitian-penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh peneliti Hoque & Rakow (2016), Suartawan & Yasa (2017), Adik & Raharja (2018), Widyanthi & Sudiarta (2018), Pasaribu et al. (2019), Stephani Dwi Erlinda Jenali (2019), Syahrial et al. (2020), dan Zurriah (2021) bahwa variabel penelitian yang diprediksi mempengaruhi nilai perusahaan adalah *free cash flow*, *investment opportunity set*, struktur modal, pertumbuhan perusahaan, pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan, kebijakan dividen, dan kebijakan utang.

Pertumbuhan perusahaan dapat menggambarkan perusahaan bisa atau tidaknya berkembang. Semakin tinggi atau baiknya pertumbuhan perusahaan, maka investor akan tertarik dengan perusahaan, karena dari sudut pandang investor bahwa pertumbuhan perusahaan memberikan sinyal yang positif dan perkembangan dikatakan baik jika pertumbuhan suatu perusahaan tersebut memiliki hasil menguntungkan bagi investor, serta perusahaan mengharapkan nilai balik dari investasi yang dilakukan (Sudiani & Darmayanti, 2016). Tingkat pertumbuhan pada penelitian ini diukur dengan menggunakan persentase kenaikan

nilai total aset perusahaan. Persentase kenaikan total aset adalah perbandingan selisih antara total aset tahun ini dengan tahun sebelumnya terhadap total aset tahun sebelumnya. Menurut Ramdhonah et al. (2019) menyatakan bahwa perusahaan dengan kualitas pertumbuhan yang potensial tinggi mempunyai kecenderungan menghasilkan arus kas yang tinggi di masa yang akan datang dan nilai kapitalisasi pasar yang tinggi akan menarik investor untuk berinvestasi.

Beberapa penelitian sebelumnya telah melakukan penelitian mengenai pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan, namun menunjukkan hasil yang berbeda-beda diantaranya hasil penelitian, yaitu dikemukakan oleh Gustian (2017) dan Ramdhonah et al. (2019) bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan menurut Sudiani & Darmayanti (2016) dan Ukhriyawati & Dewi (2019) menyatakan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Arus Kas Bebas atau *Free Cash Flow* adalah salah satu perkiraan-perkiraan arus kas untuk bisnis. Manfaat arus kas bebas ini adalah untuk mengetahui seberapa banyak uang yang dihasilkan perusahaan melebihi apa yang diperlukan untuk mempertahankan tingkat pertumbuhan saat ini (Anggraeni et al., 2018). Menurut prinsip manajemen keuangan, arus kas bebas memiliki peran yang penting pada perusahaan, bahkan lebih penting dibandingkan profitabilitas perusahaan. Beberapa penelitian pengaruh arus kas bebas terhadap nilai perusahaan sudah banyak dilakukan sebelumnya, namun masih terdapat inkonsistensi hasil penelitian. Menurut Permata et al. (2018) dan Zurriah (2021) menyatakan bahwa arus kas bebas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan menurut Anggraeni et al. (2018) dan Fadly Bahrin et al. (2020) menyatakan bahwa arus kas bebas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Investment Opportunity Set (IOS) untuk menunjukkan nilai perusahaan sebagai sebuah gabungan antara *assets in place* atau aset yang dimiliki dengan *investment options* atau pilihan investasi di masa yang akan datang (Kurniawan et al., 2018). Dalam penelitian ini untuk mengukur IOS menggunakan ukuran

Market Value of Asset To Book Value of Asset Ratio (MVBVA) yang mencerminkan peluang investasi yang dimiliki perusahaan, yang dinyatakan dalam harga pasar. Beberapa penelitian sebelumnya sudah melakukan penelitian dengan variabel *Investment Opportunity Set* (IOS), namun ditemukan beberapa perbedaan hasil, yaitu menurut Sudiani & Darmayanti (2016), Anggraeni et al. (2018), Putri & Setiawan (2019), dan Khoeriyah (2020) menyatakan bahwa *Investment Opportunity Set* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan yang menunjukkan bahwa apabila IOS meningkat maka nilai perusahaan akan semakin meningkat disebabkan semakin tinggi kesempatan yang dimiliki perusahaan untuk melakukan investasi. Sedangkan menurut Suryanawa (2017) menyatakan bahwa *Investment Opportunity Set* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan uraian latar belakang dan terdapat fenomena yang dikemukakan diatas maka peneliti ingin meneliti lebih lanjut penelitian dengan judul “**Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, *Free Cash Flow*, dan *Investment Opportunity Set* terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang dan Konsumsi yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2016–2020)**”.

1.3 Perumusan Masalah

Setiap perusahaan khususnya perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi ingin selalu memaksimalkan nilai perusahaan. Performa perusahaan pada nilai perusahaan tercermin pada harga pasar perusahaan. Nilai perusahaan yang meningkat akan memberikan kemakmuran bagi pemegang saham atau pemilik perusahaan. Namun, nilai perusahaan bisa mengalami kenaikan maupun penurunan dari harga saham tersebut selama aktivitas perusahaan itu dilaksanakan, karena nilai perusahaan dipengaruhi oleh beberapa faktor. Dalam penelitian ini faktor yang mempengaruhinya, yaitu pertumbuhan perusahaan, *free cash flow*, dan *investment opportunity set*.

Nilai perusahaan diukur menggunakan *price to book value*, yaitu rasio yang mengukur harga pasar per lembar saham dibagi dengan nilai buku per lembar yang memberikan manfaat untuk mengukur kinerja perusahaan.

Pertumbuhan perusahaan adalah harapan manajemen maupun pihak eksternal dalam memperoleh nilai perusahaan yang optimal, namun terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi laju pertumbuhan perusahaan sehingga diduga mempengaruhi nilai perusahaan. *Free cash flow* atau arus kas bebas memiliki peran penting untuk menduga arus kas bisnis tersebut berjalan dengan baik atau tidak, maka ketika arus kas ini berjalan baik akan mempengaruhi investor untuk memilih perusahaan sehingga mampu mempengaruhi nilai perusahaan. Selain itu *investment opportunity set* juga salah satu yang berperan penting juga untuk memikat investor atau pemegang saham. Hal tersebut didukung oleh peneliti-peneliti sebelumnya.

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka pertanyaan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pertumbuhan perusahaan, *free cash flow*, dan *investment opportunity set* dan nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020?
2. Apakah terdapat pengaruh positif pertumbuhan perusahaan, *free cash flow*, dan *investment opportunity set* secara simultan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020?
3. Apakah terdapat pengaruh positif pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020?
4. Apakah terdapat pengaruh positif *free cash flow* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020?
5. Apakah terdapat pengaruh positif *investment opportunity set* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pertumbuhan perusahaan, *free cash flow*, dan *investment opportunity set* dan nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020.
2. Untuk mengetahui pengaruh positif pertumbuhan perusahaan, *free cash flow*, dan *investment opportunity set* secara simultan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020.
3. Untuk mengetahui pengaruh positif pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020.
4. Untuk mengetahui pengaruh positif *free cash flow* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020.
5. Untuk mengetahui pengaruh positif *investment opportunity set* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020.

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian pertumbuhan perusahaan, *free cash flow*, dan *investment opportunity set* terhadap nilai perusahaan diharapkan dapat berguna dan memberikan manfaat dari berbagai pihak yang terlibat. Adapun manfaat bagi pihak tersebut dibagi ke dalam dua aspek sebagai berikut:

1.5.1 Aspek Teoritis

1. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi tentang teori akuntansi yang lebih luas salah satunya tentang nilai perusahaan.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan memberikan pengetahuan dan wawasan untuk peneliti selanjutnya dan menambah referensi sebagai bahan pertimbangan penelitian selanjutnya mengenai pertumbuhan perusahaan,

free cash flow, dan *investment opportunity set* yang mempengaruhi nilai perusahaan perusahaan.

1.5.2 Aspek Praktis

1. Bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan menambah informasi terhadap perusahaan sektor industri barang konsumsi mengenai apa yang mempengaruhi nilai perusahaan, sehingga kedepannya perusahaan bisa meninjau untuk memperbaiki dan peningkatan kinerja perusahaan kembali dan menghasilkan nilai perusahaan yang optimal sesuai dengan tujuan utama dari perusahaan.

2. Bagi Investor

Penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi kepada investor mengenai kinerja keuangan perusahaan yang akan menjadi bahan pertimbangan dan evaluasi untuk mengambil keputusan tingkat pengembalian investasi dengan nilai perusahaan.

1.6 Sistematika Penelitian

Pembahasan berisi tentang sistematika dan penjelasan ringkas laporan penelitian yang terdiri dari bab I sampai bab V. Secara umum sistematika penulisan tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini memberikan penjelasan secara umum, ringkas, dan padat yang menggambarkan dengan tepat isi penelitian. Isi pada bab ini meliputi Gambaran Umum Objek Penelitian, Latar Belakang Penelitian, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian dan Sistematika Penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini memuat rangkuman teori-teori dari umum sampai khusus, disertai penelitian terdahulu, dilanjutkan dengan kerangka pemikiran penelitian, dan diakhiri dengan hipotesis penelitian jika diperlukan.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan bagaimana penelitian dapat dilakukan. Dengan menegaskan penjelasan pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan dalam mengumpulkan

serta menganalisis temuan yang dapat menjawab masalah penelitian. Isi bab ini meliputi uraian tentang jenis penelitian, operasionalisasi variabel, populasi dan sampel, pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, serta teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab Hasil penelitian dan pembahasan diuraikan secara sistematis sesuai dengan perumusan masalah serta tujuan penelitian disajikan dalam sub judul tersendiri. Bab ini menguraikan dan menjelaskan keadaan sampel yang menjadi objek dalam penelitian, deskripsi hasil penelitian yang telah diidentifikasi, analisis model dan hipotesis serta pembahasan mengenai pengaruh variabel yang mempengaruhi variabel independen terhadap variabel yang dipengaruhi, yaitu variabel dependen.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada Bab V ini menyajikan kesimpulan merupakan jawaban dari pertanyaan penelitian mengenai pengaruh terhadap nilai perusahaan, kemudian menjadi saran yang berkaitan dengan manfaat penelitian.