

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan rahmat yang telah diberikan-Nya, sehingga laporan Tugas Akhir dengan judul “**ANALISIS PENGARUH RASIO KEUANGAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA SEKTOR PERUSAHAAN *CONSUMER CYCLICALS* DAN *CONSUMER NON-CYCLICALS* YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA**” dapat diselesaikan dengan tepat waktu. Laporan penelitian ini dibuat sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen Strata Dua Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya.

Laporan Tugas Akhir ini tidak dapat terwujud tanpa adanya doa dan dukungan yang telah diberikan oleh berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

- 1) Bapak Dr. Ronald, ST, MM selaku *Executive Director* dan *Associate Dean* UPH Kampus Surabaya.
- 2) Bapak Dr. Yanuar Dananjaya, B. Sc., selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen dan Dosen Pembimbing Kedua yang telah memberikan bimbingan dan banyak memberikan masukan kepada penulis.
- 3) Bapak Dr. Victor Soeindra, S.E., M.M, selaku Dosen Pembimbing Pertama yang telah memberikan bimbingan dan banyak memberikan masukan kepada penulis.

- 4) Semua dosen yang telah mengajar penulis selama berkuliah di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya dan Universitas Pelita Harapan Kampus Jakarta.
- 5) Staf Karyawan Fakultas Ekonomi yang telah membantu penulis dalam kegiatan administratif.
- 6) Staf Karyawan perpustakaan yang telah membantu penulis hingga lulus kuliah.
- 7) Teman-teman seperjuangan, Albert, Joscelyn Antonius, Michelle Farran, Vinnie Alvianitai, yang telah memberikan semangat dan bantuan kepada penulis.
- 8) Teman-teman di luar lingkungan perkuliahan, Tiffany Dewanti dan Steven, yang juga telah memberikan semangat dan bantuan kepada penulis
- 9) Semua pihak yang namanya tidak dapat disebutkan satu per satu.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, kritik dan saran dan pembaca akan sangat bermanfaat bagi penulis. Semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Sydney, 3 Februari 2024

Edric Gordon



**UNIVERSITAS PELITA HARAPAN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

---

---

**DAFTAR ISI**

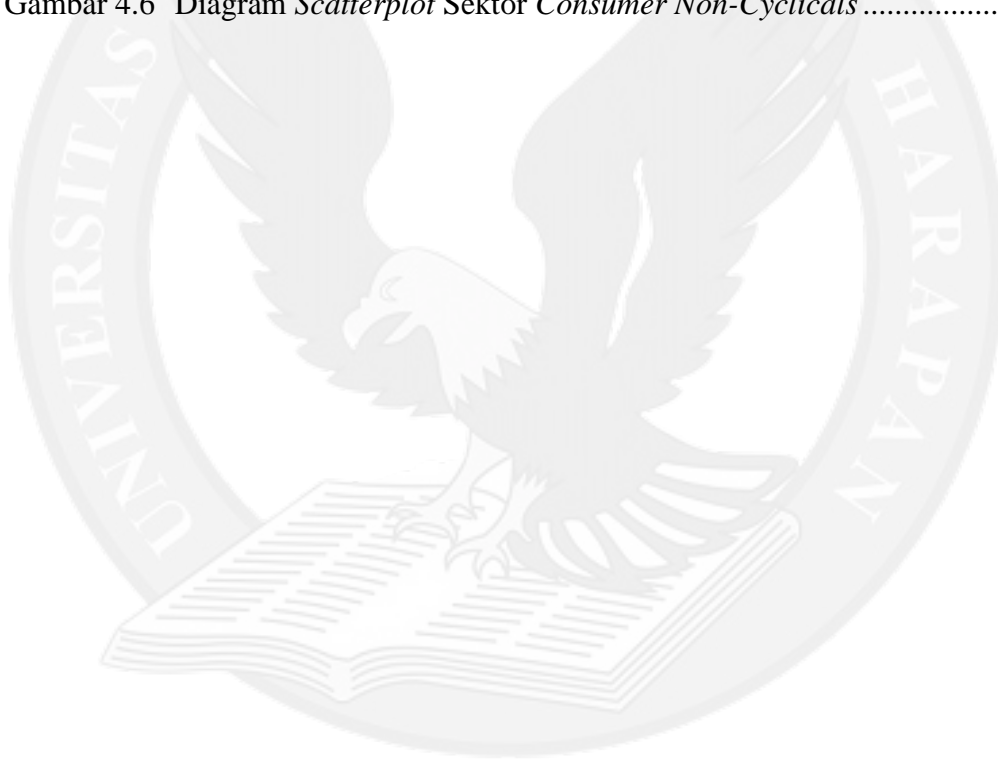
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Batasan Masalah .....	10
1.3 Rumusan Masalah.....	11
1.4 Tujuan Penelitian .....	12
1.5 Manfaat .....	13
1.5.1 Manfaat Teoritis .....	13
1.5.2 Manfaat Praktis.....	14
1.6 Sistematika Penulisan .....	15
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS ....</b>	<b>17</b>
2.1 Tinjauan Teori.....	17
2.1.1 <i>Signaling Theory</i> .....	17
2.1.2 Nilai Perusahaan.....	18
2.1.3 Likuiditas .....	20
2.1.3.1 Definisi Likuiditas .....	20
2.1.3.2 Metode Pengukuran Likuiditas .....	21
2.1.4 <i>Leverage</i> .....	22
2.1.4.1 Definisi <i>Leverage</i> .....	22
2.1.4.2 Metode Pengukuran <i>Leverage</i> .....	23
2.1.5 Efisiensi .....	25
2.1.5.1 Definisi Efisiensi .....	25
2.1.5.2 Metode Pengukuran Efisiensi.....	26
2.1.6 Profitabilitas .....	28
2.1.6.1 Definisi Profitabilitas .....	28
2.1.6.2 Metode Pengukuran Profitabilitas .....	29
2.1.7 <i>Market Prospect</i> .....	31
2.1.7.1 Definisi <i>Market Prospect</i> .....	31

2.1.7.2	Metode Pengukuran <i>Market Prospect</i> .....	32
2.2	Penelitian Terdahulu .....	34
2.3	Pengembangan Hipotesis .....	43
2.3.1	Pengaruh Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan .....	43
2.3.2	Pengaruh <i>Leverage</i> terhadap Nilai Perusahaan .....	44
2.3.3	Pengaruh Efisiensi terhadap Nilai Perusahaan .....	45
2.3.4	Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan .....	45
2.3.5	Pengaruh <i>Market Prospect</i> terhadap Nilai Perusahaan .....	46
2.4	Model Penelitian .....	48
2.5	Bagan Alur Berpikir .....	49
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>		<b>51</b>
3.1	Jenis Penelitian .....	51
3.2	Populasi dan Sampel .....	52
3.2.1	Populasi .....	52
3.2.2	Sampel .....	53
3.3	Metode Pengumpulan Data .....	55
3.4	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	56
3.4.1	Variabel Independen .....	56
3.4.2	Variabel Dependen .....	59
3.5	Metode Analisis Data .....	60
3.5.1	Analisis Asumsi Klasik .....	61
3.5.1.1	Uji Normalitas .....	62
3.5.1.2	Uji Multikolinearitas .....	64
3.5.1.3	Uji Heteroskedastisitas .....	65
3.5.1.4	Uji Autokorelasi .....	67
3.5.2	Analisis Regresi .....	68
3.5.3	Analisis Hipotesis .....	69
3.5.3.1	Uji Simultan (Uji F) .....	70
3.5.3.2	Uji Parsial (Uji T) .....	71
3.5.3.3	Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	72
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>73</b>
4.1	Gambaran Umum .....	73
4.2	Hasil Analisis Data .....	80
4.2.1	Hasil Analisis Asumsi Klasik .....	81
4.2.1.1	Hasil Uji Normalitas .....	82
4.2.1.2	Hasil Uji Multikolinearitas .....	87
4.2.1.3	Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	89
4.2.1.4	Hasil Uji Autokorelasi .....	93
4.2.2	Hasil Analisis Regresi .....	95
4.2.3	Hasil Analisis Pengujian Hipotesis .....	98
4.2.3.1	Hasil Uji Simultan (Uji F) .....	99
4.2.3.2	Hasil Uji Parsial (Uji T) .....	101
4.2.3.3	Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	104
4.3	Pembahasan .....	106
4.3.1	Sektor <i>Consumer Cyclicals</i> .....	107
4.3.1.1	Pengaruh Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan .....	107

4.3.1.2	Pengaruh <i>Leverage</i> terhadap Nilai Perusahaan .....	109
4.3.1.3	Pengaruh Efisiensi terhadap Nilai Perusahaan .....	111
4.3.1.4	Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan .....	113
4.3.1.5	Pengaruh <i>Market Prospect</i> terhadap Nilai Perusahaan .....	114
4.3.2	Sektor <i>Consumer Non-Cyclicals</i> .....	116
4.3.2.1	Pengaruh Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan.....	116
4.3.2.2	Pengaruh <i>Leverage</i> terhadap Nilai Perusahaan .....	117
4.3.2.3	Pengaruh Efisiensi terhadap Nilai Perusahaan .....	119
4.3.2.4	Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan .....	121
4.3.2.5	Pengaruh <i>Market Prospect</i> terhadap Nilai Perusahaan .....	122
4.3.3	Perbedaan Hasil Analisis pada Sektor <i>Consumer Cyclicals</i> dan <i>Consumer Non-Cyclicals</i> .....	124
4.3.3.1	Perbedaan Hasil Analisis Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan .....	124
4.3.3.2	Perbedaan Hasil Analisis <i>Leverage</i> terhadap Nilai Perusahaan .....	125
4.3.3.3	Perbedaan Hasil Analisis Efisiensi terhadap Nilai Perusahaan .....	126
4.3.3.4	Perbedaan Hasil Analisis <i>Market Prospect</i> terhadap Nilai Perusahaan.....	127
<b>BAB V KESIMPULAN .....</b>		<b>129</b>
5.1	Kesimpulan .....	129
5.1.1	Simpulan Atas Hipotesis .....	129
5.1.2	Simpulan Atas Masalah Penelitian .....	130
5.2	Implikasi .....	131
5.2.1	Implikasi Teoritis.....	131
5.2.2	Implikasi Manajerial.....	131
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>133</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) Tahun Januari 2019 – Desember 2020 .....	2
Gambar 1.2	Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) Tahun 2012 - Q4 2022 .....	3
Gambar 1.3	Indeks Harga Saham Gabungan dan Pergerakan Indeks Sektoral (29 Maret 2019 - 31 Maret 2020).....	3
Gambar 2.1	Model Penelitian Sektor <i>Consumer Cyclicals</i> .....	48
Gambar 2.2	Model Penelitian Sektor <i>Consumer Non-Cyclicals</i> .....	48
Gambar 4.1	Diagram Histogram Sektor <i>Consumer Cyclicals</i> .....	85
Gambar 4.2	Diagram Histogram Sektor <i>Consumer Non-Cyclicals</i> .....	85
Gambar 4.3	Diagram <i>Normal P-P Plot</i> Sektor <i>Consumer Cyclicals</i> .....	86
Gambar 4.4	Diagram <i>Normal P-P Plot</i> Sektor <i>Consumer Non-Cyclicals</i> .....	86
Gambar 4.5	Diagram <i>Scatterplot</i> Sektor <i>Consumer Cyclicals</i> .....	91
Gambar 4.6	Diagram <i>Scatterplot</i> Sektor <i>Consumer Non-Cyclicals</i> .....	92



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu .....	40
Tabel 3.1	Kriteria Sampel Sektor <i>Consumer Cyclicals</i> .....	54
Tabel 3.2	Kriteria Sampel Sektor <i>Consumer Non-Cyclicals</i> .....	54
Tabel 3.3	Definisi Operasional Variabel .....	60
Tabel 4.1	Klasifikasi Sektor <i>Consumer Cyclicals</i> .....	73
Tabel 4.2	Klasifikasi Sektor <i>Consumer Non-Cyclicals</i> .....	78
Tabel 4.3	Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov Sektor <i>Consumer Cyclicals</i> .....	82
Tabel 4.4	Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov Sektor <i>Consumer Non-Cyclicals</i> ....	83
Tabel 4.5	Hasil Uji <i>Variance Inflation Factor</i> (VIF) Sektor <i>Consumer Cyclicals</i> .....	88
Tabel 4.6	Hasil Uji <i>Variance Inflation Factor</i> (VIF) Sektor <i>Consumer Non-Cyclicals</i> .....	88
Tabel 4.7	Hasil Uji Glejser Sektor <i>Consumer Cyclicals</i> .....	90
Tabel 4.8	Hasil Uji Glejser Sektor <i>Consumer Non-Cyclicals</i> .....	90
Tabel 4.9	Hasil Uji Durbin-Watson Sektor <i>Consumer Cyclicals</i> .....	93
Tabel 4.10	Hasil Uji Durbin-Watson Sektor <i>Consumer Non-Cyclicals</i> .....	94
Tabel 4.11	Hasil Analisis Regresi Sektor <i>Consumer Cyclicals</i> .....	96
Tabel 4.12	Hasil Analisis Regresi Sektor <i>Consumer Non-Cyclicals</i> .....	96
Tabel 4.13	Hasil Uji Parsial (Uji T) Sektor <i>Consumer Cyclicals</i> .....	102
Tabel 4.14	Hasil Uji Parsial (Uji T) Sektor <i>Consumer Non-Cyclicals</i> .....	102
Tabel 4.15	Hasil Uji Simultan (Uji F) Sektor <i>Consumer Cyclicals</i> .....	99
Tabel 4.16	Hasil Uji Simultan (Uji F) Sektor <i>Consumer Non-Cyclicals</i> .....	99
Tabel 4.17	Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) Sektor <i>Consumer Cyclicals</i> ..	105
Tabel 4.18	Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) Sektor <i>Consumer Non-Cyclicals</i> .....	105

## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A:DAFTAR POPULASI DAN SAMPEL .....	A-1
LAMPIRAN B:DATA VARIABEL PENELITIAN .....	B-8
LAMPIRAN C:DATA OUTLIER PENELITIAN.....	C-32
LAMPIRAN D:HASIL OLAH DATA MENGGUNAKAN SPSS.....	D-36
LAMPIRAN E:TABEL STATISTIK .....	E-41

