

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berlandaskan hasil pengujian dan pembahasan perihal pengaruh Kualitas Promosi (NPM), Kinerja Keuangan (ROA) pada Nilai Perusahaan (PBV) pada perusahaan *Property & Real Estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2019 - 2021, maka ada kesimpulan :

1. Hasil uji hipotesis pertama , yakni pengaruh Kualitas Promosi pada nilai perusahaan menunjukkan hasil signifikansi $0.000 < 0,050$ sehingga H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima. Kualitas Promosi memiliki t_{hitung} dan t_{tabel} nya senilai $4.176 > 1.679$ sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa variabel Kualitas Promosi (X_1) berpengaruh positif secara signifikan terhadap Nilai Perusahaan (Y) pada perusahaan *Property & Real Estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2019 – 2021.
2. Hasil uji hipotesis kedua , yakni pengaruh kinerja keuangan pada nilai perusahaan menunjukkan menunjukkan hasil signifikansi $0,151 > 0,050$ sehingga H_{02} diterima dan H_{a2} ditolak. Kinerja Keuangan memiliki t_{hitung} dan t_{tabel} nya senilai $1.447 < 1.679$ sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa variabel Kinerja Keuangan (X_2) tidak berpengaruh positif secara tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan (Y) pada perusahaan *Property & Real Estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2019 - 2021

B. Keterbatasan Penelitian

Pada pengujian ini studi empiris dilakukan di Perusahaan *Property & Real Estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, yakni di Kawasan Niaga Sudirman, Jalan Jendral Sudirman Senayan Kebayoran Baru, Jakarta Selatan yang dapat diakses lewat www.idx.co.id ada keterbatasan dalam melakukan pengujian , yakni :

1. Dalam menentukan jumlah sampel tidak dilakukan dengan secara acak namun dengan kriteria yang ditentukan (*purposive sampling*) , yakni dengan sampel yang hanya memenuhi kriteria saja sehingga hasil pengujian ini tidak berlaku secara umum untuk semua Perusahaan *Property & Real Estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
2. Kriteria sampel yang dipakai dalam penelitian salah satunya yang mengalami kenaikan laba setiap tahunnya dan masih jarang dijumpai perusahaan yang selaras dengan kriteria itu

3. Pada pengujian ini memakai data sekunder sehingga tidak bisa mengendalikan dan mengawasi kemungkinan terjadinya kekeliruan pada data yang ada.
4. Pada pengujian ini memakai data yang rentang waktunya relatif singkat, yakni 3 tahun.

C. Implikasi Penelitian

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, dapat diketahui implikasi secara teoritis dan praktis yaitu:

1. Implikasi Teoritis
 - a. Nilai perusahaan juga bergantung terhadap penggunaan NPM (*Net profit Margin*) yang baik, disebabkan dengan penggunaan NPM yang baik maka akan berhubungan dengan teori *signaling* agar sebelum investor berinvestasi dengan perusahaan maka investor akan mengetahui berapa besar konversi penjualan menjadi laba.
 - b. Penggunaan ROA (*Return on Asset*) yang baik sangat berpengaruh kepada nilai perusahaan disebabkan dengan penggunaan ROA yang baik maka para investor akan mengetahui kemampuan perusahaan mengukur kemampuan untuk menghasilkan profit disebabkan rasio ini menyubstitusi aktivitas yang dilakukan perusahaan

2. Implikasi Praktis

Manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah dapat digunakan sebagai bahan masukan serta informasi bagi pihak perusahaan *property & real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dalam meningkatkan nilai perusahaan menggunakan rasio profitabilitas terutama memaksimalkan NPM dan ROA untuk memaksimalkan laba perusahaan agar lebih memudahkan para investor untuk menganalisa melalui laporan keuangan.

D. Saran-saran

Berlandaskan konklusi di atas, maka penulis memberikan saran :

1. Bagi perusahaan, sebaiknya mempertinggi kinerja perusahaan agar dapat mempertinggi laba perusahaan sehingga nilai perusahaan juga naik
2. Bagi investor atau calon investor, sebaiknya lebih selektif dalam memilih perusahaan untuk melakukan investasi
3. Bagi penulis selanjutnya diharapkan untuk menambah variabel bebas lainnya yang dipertimbangkan dapat memicu sejumlah efek pada nilai perusahaan