

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh aktivitas pemasaran dan aset tak berwujud terhadap nilai perusahaan dengan variabel kontrol profitabilitas, likuiditas dan solvabilitas. Populasi dalam penelitian ini menggunakan seluruh perusahaan *property & real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2018. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 12 perusahaan yang diperoleh melalui metode *purposive sampling*. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Partial Least Square* (PLS) dengan menggunakan *Software Smart PLS 3.0*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa aktivitas pemasaran berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan aset tak berwujud tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan serta profitabilitas dan solvabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Namun, likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Kata kunci: Aktivitas Pemasaran, Aset tak berwujud, Profitabilitas, Likuiditas, Solvabilitas, Nilai Perusahaan.

ABSTRACT

The Purpose of the research is to examine the marketing activity and intangible assets on firm value. The population in this research is using property & real estate companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2015-2018. This research uses a sample of 12 companies obtained through purposive sampling method. The analysis technique used in this study is Partial Least Square (PLS) using Smart PLS 3.0 Software. The results of this research indicate that marketing activities have a positive impact on firm value, while intangible assets are related to company value and profitability and solvency do not affect company value. However, positive liquidity towards company value.

Key words: Marketing Activity, Intangible Assets, Firm value

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
RIWAYAT HIDUP	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	x
ABTRACT	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Teori Sinyal (<i>Signalling Theory</i>).....	9

2.1.2 Nilai Perusahaan.....	11
2.1.3 Aktivitas Pemasaran (<i>Marketing Activity</i>).....	12
2.1.4 Aset Tak Berwujud (<i>Intangible Asset</i>).....	14
2.1.5 Variabel Kontrol.....	16
2.1.5.1 Profitabilitas	16
2.1.5.2 Likuiditas.....	17
2.1.5.3 Solvabilitas.....	18
2.2 Penelitian Terdahulu	19
2.3 Kerangka Pemikiran dan Pengambilan Hipotesis	23
2.3.1 Kerangka Pemikiran	23
2.3.2 Pengembangan Hipotesis	24
2.3.2.1 Pengaruh Aktivitas Pemasaran Terhadap Nilai Perusahaan	24
2.3.2.2 Pengaruh Aset Tak Berwujud Terhadap Nilai Perusahaan.....	25
BAB III METODE PENELITIAN.....	27
3.1 Jenis Penelitian	27
3.2 Sumber Data	27
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian.....	27
3.3.1 Populasi Penelitian.....	27
3.3.2 Sampel Penelitian	28
3.4 Definisi Operasional Variabel dan Pengukurannya	29
3.4.1 Variabel Independen	29
3.4.1.1 Aktivitas Pemasaran	29
3.4.1.2 Aset Tak Berwujud.....	30

3.4.2 Variabel Dependen atau Variabel Terikat	30
3.4.3 Variabel Kontrol.....	31
3.4.3.1 Profitabilitas	31
3.4.3.2 Likuiditas.....	32
3.4.3.3 Solvabilitas.....	32
3.5 Teknik Analisis Data	33
3.5.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	34
3.5.2 Analisis Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	35
3.5.3 Analisis Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	36
BAB IV PEMBAHASAN	37
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	37
4.2 Analisis Statistik Deskriptif	38
4.3 Pengukuran Model atau Outer Model.....	39
4.3.1 Signifikansi Weight.....	40
4.3.2 <i>Multicollinearity</i>	41
4.4 Pengujian Model Struktural atau Inner Model.....	42
4.4.1 R-Square.....	42
4.4.2 F-Square	43
4.4.3 Pengujian Hipotesis.....	44
4.5 Pembahasan.....	45
4.5.1 Pengaruh Aktivitas Pemasaran Terhadap Nilai Perusahaan	45
4.5.2 Pengaruh Aset Tak Berwujud Terhadap Nilai Perusahaan	47

BAB V SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN.....	49
5.1 Simpulan	49
5.2 Keterbatasan.....	49
5.3 Saran	50
DAFTAR PUSTAKA.....	51
LAMPIRAN.....	54

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Matrik Penelitian Terdahulu.....	19
Tabel 3.1 Kriteria Penyeleksian Sampel Penelitian	28
Tabel 3.2 Ringkasan Rule Of Thumb Evaluasi Outer Model	35
Tabel 3.3 Ringkasan Rulr Of Thumb Evaluasi Inner Model	36
Tabel 4.1 Daftar Nama Perusahaan Sebagai Sampel Penelitian	38
Tabel 4.2 Pengujian Analisis Deskriptif	38
Tabel 4.3 Nilai Signifikansi Weight	41
Tabel 4.4 Nilai Vif.....	42
Tabel 4.5 Nilai R-Square.....	43
Tabel 4.6 Nilai F-Square	43
Tabel 4.7 Hasil Pengujian Hipotesis.....	44

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Index Harga Property Nasional Tahun 2015-2018.....	2
Gambar 4.1 Model PLS	40

GAMBAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Perusahaan Sub Sektor <i>Property & Real Estate</i>	54
Lampiran 2 Daftar Nama Perusahaan sebagai Sampel Penelitian.....	56
Lampiran 3 Tabulasi Data.....	57
Lampiran 4 Tabulasi Data Setelah di Transformasi.....	60
Lampiran 5 Tabulasi Variabel Aktivitas Pemasaran	63
Lampiran 6 Tabulasi Varibel Aset Tak Berwujud.....	65
Lampiran 7 Tabulasi dan Perhitungan ROA.....	67
Lampiran 8 Tabulasi dan Perhitungan <i>Current Ratio</i>	69
Lampiran 9 Perhitungan DER (Debt To Equityt Ratio)	71
Lampiran 10 Tabulasi dan Perhitungan Nilai Perusahaan.....	73
Lampiran 11 Hasil Transformasi Nilai Perusahaan	76
Lampiran 12 Pengujian Oute Model.....	78
Lampiran 13 Pengujian Inner Model	79