

Analisis pengaruh belanja iklan dan konsentrasi pasar terhadap nilai perusahaan di sektor consumer goods yang terdaftar pada bursa efek Indonesia = Analysis of effect of advertising spending and market concentration on firm value in consumer goods sector listed on Indonesia stock exchange

Alan Gumilar, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20445884&lokasi=lokal>

Abstrak

Setiap perusahaan mempunyai anggaran untuk kegiatan pemasaran. Belanja iklan dan promosi berkontribusi signifikan dalam beban pemasaran. Jumlah signifikan ini menarik perhatian bagi shareholder tentang bagaimana perusahaan mengkonversikan belanja iklannya menjadi nilai perusahaan. Dengan demikian penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh belanja iklan, konsentrasi pasar, ukuran dan leverage terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel mediasi. Objek penelitian ini yaitu perusahaan consumer goods di Bursa Efek Indonesia yang dipilih melalui teknik purposive sampling pada periode 2011-2015. Hasil penelitian menunjukkan bahwa belanja iklan berpengaruh positif terhadap profitabilitas dan nilai perusahaan, sementara konsentrasi pasar tidak berpengaruh terhadap profitabilitas dan nilai perusahaan. Adapun ukuran dan leverage berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas dan nilai perusahaan.

.....Each company has budget for marketing activities. Advertising spending and promotions contributed significantly in marketing expenses. This significant amount attracted the attention of shareholders about how the company is converting the spend into the firm value. Thus, this study aims to analyze the influence of advertising spending, market concentration, size and leverage on firm value with profitability as a mediating variable. The object of this research that the consumer goods company in Indonesia Stock Exchange were selected through purposive sampling technique in the period of 2011-2015. The results showed that advertising spending positively affects the profitability and firm value, while market concentration has no effect on the profitability and firm value. Firm size and leverage have significant effect on profitability and firm value.