

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

1.1 Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh bukti empiris mengenai Pengaruh *Product Market Competition, Hedging, Research And Development, Dan Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018 – 2020). Penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dan mendapat 68 sampel dari 198 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018 – 2020. Metode penelitian ini menggunakan data sekunder, hipotesis di uji dengan menggunakan SPSS 20 dengan tingkat kepercayaan 95%. Berdasarkan hasil dari penelitian mengenai pengaruh variable (*Product Market Competition, Hedging, Research And Development, Dan Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan) maka kesimpulan yang didapat adalah sebagai berikut :

1. *Product Market Competition* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.
2. *Hedging* tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.
3. *Research And Development* tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan
4. *Leverage* tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan yang dapat dijadikan acuan untuk penelitian selanjutnya agar dapat diperoleh hasil penelitian yang lebih baik. Adapun keterbatasan-keterbatasan yang terdapat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Periode penelitian ini hanya terbatas pada jangka waktu selama 3 tahun yaitu 2018-2020.
2. Penelitian ini hanya menggunakan perusahaan manufaktur sebagai populasi.
3. Penelitian ini hanya menggunakan 4 variabel penelitian yaitu *Product Market Competition, Hedging, Research And Development, Dan Leverage*.

5.3 Saran

Bedasarkan keterbatasan yang ditemukan, peneliti memberikan saran-saran sebagai berikut :

1. Penelitian selanjutnya untuk dapat melakukan penelitian dengan periode pengamatan yang lebih lama.
2. Penelitian selanjutnya untuk dapat melakukan penelitian dengan populasi yang berbeda, tidak terbatas pada perusahaan manufaktur saja.
3. Penelitian selanjutnya untuk dapat menambah variabel agar dapat mencerminkan *Product Market Competition, Hedging, Research And Development, Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan*.