



**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI RESPON
INVESTOR TERHADAP PELUNCURAN PRODUK BARU
(STUDI KASUS PADA EMITEN DI BURSA EFEK INDONESIA)**



UNIVERSITAS
Oleh
LUTFI ALHAZAMI

55114120083

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2016**



**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI RESPON
INVESTOR TERHADAP PELUNCURAN PRODUK BARU
(STUDI KASUS PADA EMITEN DI BURSA EFEK INDONESIA)**

TESIS

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Pascasarjana
Program Studi Magister Manajemen

UNIVERSITAS
Oleh
LUTFI ALHAZAMI

5 5 1 1 4 1 2 0 0 8 3

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2016**

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI RESPON
INVESTOR TERHADAP PELUNCURAN PRODUK BARU
(STUDI KASUS PADA EMITEN DI BURSA EFEK INDONESIA)
Bentuk Tesis : Penelitian
Nama : Lutfi Alhazami
NIM : 55114120083
Program : MAGISTER MANAJEMEN
Tanggal : 21 Desember 2016

Mengesahkan

Pembimbing Utama



UNIVERSITAS

MERCU BUANA

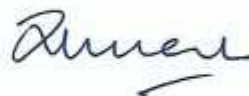
(Prof. Dr. Wiwik Utami, Ak. Ms. CA)

Direktur Program Pascasarjana



(Prof. Dr. Didik J. Rachbini)

Ketua Program Studi Magister Manajemen



(Dr. Augustina Kurniasih, ME)

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini :

Judul : FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI RESPON
INVESTOR TERHADAP PELUNCURAN PRODUK BARU
(STUDI KASUS PADA EMITEN DI BURSA EFEK INDONESIA)
Bentuk Tesis : Penelitian
Nama : Lutfi Alhazami
NIM : 551124120083
Program : MAGISTER MANAJEMEN
Tanggal : 21 Desember 2016

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 21 Desember 2016



LUTFI ALHAZAMI

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur serta sembah sujud kehadirat Allah SWT, atas segala kasih karunia, rahmat dan kebaikanNYA, sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan, menghasilkan penelitian dan menyusun tulisan ini.

Pada kesempatan ini Penulis menyampaikan penghargaan tertinggi dan terima kasih tiada terhingga kepada :

1. Prof. Dr. Wiwik Utami Ak. Ms. CA selaku Dosen Pembimbing.
2. Dr. Arisetyanto Nugroho selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
3. Prof. Dr. Didik J. Rachbini selaku Direktur Program Pasca Sarjana.
4. Dr. Augustina Kurniasih, ME selaku penelaah sekaligus penguji pada saat seminar proposal dan Sidang Tesis.
5. Dr. Ahmad Badawi selaku penguji Sidang Tesis.
6. Bapak, Ibu Dosen Magister Manajemen.
7. Selaku dosen penguji sidang karya akhir yang telah memberikan arahan kepada penulis sehingga karya akhir bisa selesai dengan hasil yang maksimal.

Penulis juga mengucapkan terima kasih secara khusus kepada Orang tua, dan keluarga yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan moril bagi penulis. Tak lupa juga rekan-rekan mahasiswa MM Program Kelas Karyawan dan pihak Tata Usaha pasca sarjana, kiranya kerjasama yang ramah senantiasa terjalin di masa yang akan datang.

Penulis berharap pembaca mendapatkan manfaat dan pengetahuan serta menambah wawasan khususnya tentang Manajemen Keuangan. Penulis menerima kritik dan saran perbaikan untuk memperkaya riset ini.

Jakarta, 21 Desember 2016

Lutfi Alhazami



DAFTAR ISI

<i>ABSTRACT</i>	i
ABSTRAK	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii

BAB I. PENDAHULUAN

1.1	Latar Belakang Masalah	1
1.2.	Identifikasi, Perumusan dan Batasan Masalah	11
1.2.1.	Identifikasi Masalah	11
1.2.2.	Perumusan Masalah	13
1.2.3.	Batasan Masalah	13
1.3.	Maksud dan Tujuan Penelitian	14
1.3.1.	Maksud Penelitian	14
1.3.2.	Tujuan Penelitian	14
1.4.	Manfaat dan Kegunaan Penelitian	14
1.4.1.	Manfaat Penelitian	14
1.4.2.	Kegunaan Penelitian	15

BAB II. DESKRIPSI PERUSAHAAN

- 2.1. Perusahaan yang Meluncurkan Produk Baru 16
- 2.2. Sub Sektor yang Meluncurkan Produk Baru 18

BAB III. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

- 3.1. Kajian Teori 22
 - 3.1.1. Strategi Manajemen 22
 - 3.1.2. Inovasi Produk 23
 - 3.1.3. Asimetri Informasi dan Teori Sinyal 28
 - 3.1.4. Teori Efisiensi Pasar 29
 - 3.1.5. *Event study* 31
 - 3.1.6. *Return Saham* 32
 - 3.1.7. *Return (harian) Saham* 33
 - 3.1.8. *Abnormal Return* 33
 - 3.1.9. *Respon Investor (Cumulative Abnormal Return)* 34
 - 3.1.10. Kapitalisasi Pasar 35
 - 3.1.11. *Debt Equity Ratio (DER)* 36
 - 3.1.12. *High Technology* 37
 - 3.1.13. Suku Bunga 38
- 3.2. Penelitian Terdahulu 39
- 3.3. Kerangka Pemikiran 42
- 3.4. Perumusan Hipotesis 43
 - 3.4.1. Pengaruh strategi bersaing terhadap respon *investor* 43
 - 3.4.2. Pengaruh kapitalisasi pasar terhadap respon *Investor* 44
 - 3.4.3. Pengaruh *Debt Equity Ratio* terhadap respon *Investor*..... 45
 - 3.4.4. Pengaruh *High Technology* terhadap Respon *Investor* 45
 - 3.4.5. Pengaruh *Multiple Product* terhadap Respon *Investor* 46
 - 3.4.6. Pengaruh *Frequency* terhadap Respon *Investor* 46
 - 3.4.7. Pengaruh Suku Bunga terhadap Respon *Investor* 47

BAB IV. METODE PENELITIAN

4.1. Desain Penelitian	48
4.2. Pendekatan Penelitian	48
4.3. Operasionalisasi Variabel Penelitian	48
4.3.1. Respon <i>Investor</i>	50
4.3.2. Pengukuran Strategi Kompetitif	51
4.3.3. Kapitalisasi Pasar Emiten	52
4.3.4. <i>Debt Equity Ratio</i> (DER)	53
4.3.5. <i>High Technology</i>	53
4.3.6. <i>Multiple Product Announcement</i>	53
4.3.7. <i>Announcement Frequency</i>	54
4.3.8. Suku bunga	54
4.4. Populasi dan Sampel Penelitian	54
4.5. Jenis dan Sumber Data	56
4.6. Teknik Pengumpulan Data	57
4.7. Teknik Analisis Data	60

BAB V. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1. Hasil Penelitian	65
5.1.1. Statistik Deskriptif	65
5.1.1.1. Statistik Deskriptif CSM	66
5.1.1.2. Statistik Deskriptif Kapitalisasi Pasar Emiten	69
5.1.1.3. Statistik Deskriptif <i>Single</i> atau <i>Multiple Product</i> ..	69
5.1.1.4. Statistik Deskriptif <i>Announcement Frequency</i>	71
5.1.1.5. Statistik Deskriptif Suku Bunga	72
5.1.1.6. Statistik Deskriptif Teknologi	72
5.1.1.7. Statistik Deskriptif <i>Debt to Equity Ratio</i>	73
5.1.1.8. Statistik Deskriptif Respon <i>Investor</i> (CAR)	73
5.1.2. Uji Asumsi Klasik	75
5.1.2.1. Uji Normalitas Residual	75

5.1.2.2. Uji Multikoleniaritas	75
5.1.2.3. Uji Heteroskedastisitas	76
5.1.3. Analisis Model Regresi	77
5.1.3.1. Koefesien Determinasi (R^2)	79
5.1.3.2. Pengujian Model Regresi (Uji F)	80
5.1.4. Analisis Pengaruh Variabel Bebas (Uji t)	80
5.2. Pembahasan	84
5.2.1. Pengaruh Strategi Bersaing terhadap Respon <i>Investor</i>	84
5.2.2. Pengaruh Kapitalisasi Pasar terhadap Respon <i>Investor</i>	86
5.2.3. Pengaruh <i>Multiple Product</i> terhadap Respon <i>Investor</i>	87
5.2.4. Pengaruh Frekuensi Pengumuman terhadap Respon <i>Investor</i> . 88	
5.2.5. Pengaruh Suku Bunga terhadap Respon <i>Investor</i>	89
5.2.6. Pengaruh Teknologi terhadap Respon <i>Investor</i>	90
5.2.7. Pengaruh <i>Debt To Equity Ratio</i> terhadap Respon <i>Investor</i> ...	91

BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan	92
6.2. Saran	94

DAFTAR PUSTAKA	97
-----------------------------	----

LAMPIRAN	103
-----------------------	-----

DAFTAR RIWAYAT HIDUP	116
-----------------------------------	-----

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 <i>The Global Competitiveness Index Indonesia, Malaysia, Singapore</i>	3
Tabel 1.2 <i>The Global Innovation Index Indonesia 2013-2015</i>	4
Tabel 1.3 Perbandingan <i>The GII 2015</i> Singapore, Indonesia, Malaysia	5
Tabel 2.1 Jumlah Emiten Peluncur Produk Baru 2009-2015	17
Tabel 2.2 Jumlah Emiten dan Peluncuran Produk Baru 2009-2015	18
Tabel 2.3 Ringkasan Perusahaan dan Jenis Produk yang Diluncurkan	20
Tabel 4.1 Tabulasi Data Harian	58
Tabel 4.2 Tabulasi Data Laporan Keuangan	60
Tabel 5.1 Statistik Deskriptif	65
Tabel 5.2 CSM Sub Sektor	68
Tabel 5.3 Jumlah Peluncuran <i>Single Product</i> Terbanyak	70
Tabel 5.4 Uji Multikoleniaritas	76
Tabel 5.5 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	79
Tabel 5.8 Hasil Perhitungan Nilai Koefisien Determinasi	85
Tabel 5.9 Hasil Perhitungan Nilai F Test	87
Tabel 5.10 Hasil Perhitungan Nilai t Test.....	88

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Respon <i>Investor</i> terhadap peluncuran produk baru iPhone dari t-5 sampai t+5	6
Gambar 3.1 Kerangka Pemikiran	43
Gambar 4.1 Periode Penelitian <i>Event Study</i>	49
Gambar 4.2 Skema Pemilihan Sampel Penelitian	55
Gambar 5.1 <i>Cumulative Average Abnormal Return</i> Sampel Emiten	74
Gambar 5.2 Uji Heteroskedastisitas	77

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Respon <i>Investor</i> Terhadap Produk Apple	103
Lampiran 2. Frekuensi Peluncuran Produk Baru	104
Lampiran 3. <i>Event Date</i> Peluncuran Produk Baru Tahun 2009-2015	105
Lampiran 4. Ikhtisar Penelitian Terdahulu	107
Lampiran 5. <i>Competitive Strategy Measure</i> (CSM)	109
Lampiran 6. Tabulasi Data Pengujian	111
Lampiran 7. Output Uji Normalitas Residual	114
Lampiran 8. Output Hasil Uji F	114
Lampiran 9. Output Hasil Koefesien Determinasi	115
Lampiran 10. Output Regresi Berganda dan Uji Multikoleniaritas	115

UNIVERSITAS
MERCU BUANA