

**“PENGARUH PERTUMBUHAN LABA DAN EKUITAS MEREK  
TERHADAP KEPUTUSAN INVESTASI PADA PERUSAHAAN JASA  
SUBSEKTOR REAL ESTATE YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK  
INDONESIA TAHUN 2017-2020 ”**

**SKRIPSI**

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Program Studi  
Strata Satu (S1) Pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi*



**Disusun Oleh :**

**REZA ANDREA**  
**NPM. 181000461201022**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MAHAPUTRA MUHAMMAD YAMIN SOLOK  
TAHUN 2022**

**PENGARUH PERTUMBUHAN LABA DAN EKUITAS MEREK TERHADAP  
KEPUTUSAN INVESTASI PADA PERUSAHAAN JASA SUB SEKTOR REAL  
ESTATE YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2017-2020**

**REZA ANDREA**  
**NPM : 181000461202022**

**Universitas Mahaputra Muhammad Yamin**  
**Fakultas Ekonomi**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *pertumbuhan laba* dan *ekuitas merek* terhadap *keputusan investasi* pada perusahaan jasa sub sektor real estate dengan sampel sebanyak 25 perusahaan sub sektor real estate yang terdaftar di Indonesia dengan metode *Purposive Sampling* periode 2017-2020. Pertumbuhan laba merupakan kenaikan laba atau penurunan laba per tahun. Pertumbuhan laba dihitung dengan cara mengurangkan laba periode sekarang dengan laba periode sebelumnya kemudian dibagi dengan laba periode sebelumnya. Ekuitas merek adalah nilai tambah yang diberikan pada produk dan jasa. Ekuitas merek dapat tercermin dalam cara konsumen berpikir, merasa, dan bertindak dalam hubungannya dengan merek, dan juga harga, pangsa pasar, dan profitabilitas yang diberikan merek bagi perusahaan. Jika suatu perusahaan memiliki laba yang besar dan nilai tambah yang menarik maka perusahaan lain akan mempertimbangkan untuk melakukan investasi yang mana akan memajukan perusahaan. Berdasarkan hasil analisis statistik, dapat disimpulkan bahwa Pertumbuhan Laba secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Investasi pada perusahaan jasa sub sektor Real Estate yang diteliti. Hasil uji t yang menunjukkan nilai t dan nilai signifikansi variabel independen. Dari hasil pengolahan data pada tabel diatas diperoleh nilai t hitung  $1,307 < t \text{ tabel } 1,665$  dan nilai signifikansi  $0,195 > 0,05$ . Artinya nilai t hitung lebih kecil dari nilai t tabel dan nilai signifikasinya lebih besar dari 0,05. Berdasarkan hasil analisis statistik, dapat disimpulkan bahwa Ekuitas Merek secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Investasi pada perusahaan jasa sub sektor Real Estate yang ditunjukkan dengan hasil uji t yang menunjukkan nilai t dan nilai signifikansi variabel independen. Dari hasil pengolahan pada tabel diatas diperoleh nilai t hitung  $2,396 > t \text{ tabel } 1,665$  dan nilai signifikasinya  $0,019 < 0,05$ . Artinya nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel dan nilai signifikasinya lebih kecil dari 0,05. Secara simultan pertumbuhan laba dan ekuitas merek secara simultan berpengaruh terhadap keputusan investasi pada perusahaan jasa sub sektor real estate diterima. Hal ini dibuktikan dengan nilai F hitung sebesar  $4,426 > F \text{ tabel } 3,12$  dan signifikansi  $0,015 < \text{ taraf signifikansi } 0,05$ . Hal ini dapat dibuktikan dengan R Square yang diperoleh masing– masing variabel independen sebesar 0,106 yang artinya 10,6% variabel independen (X) memberikan kontribusi terhadap variabel dependen (Y), sedangkan 89,4% lagi dijelaskan oleh variable lainnya.

**Kata Kunci :PertumbuhanLaba, EkuitasMerekdankeputusanInvestasi**

## ABSTRACT

### THE EFFECT OF PROFIT GROWTH AND BRAND EQUITY ON INVESTMENT DECISIONS IN REAL ESTATE SUB SECTOR SERVICES COMPANIES LISTED ON THE INDONESIA STOCK EXCHANGE, 2017-2020

**REZA ANDREA**  
**NPM : 181000461202022**

#### MUHAMMAD YAMIN'S MAHAPUTRA UNIVERSITY

This study aims to analyze the effect of profit growth and brand equity on investment decisions in real estate sub-sector service companies with a sample of 25 real estate sub-sector companies registered in Indonesia using the Purposive Sampling method for the 2017-2020 period. Profit growth is an increase in profit or decrease in profit per year. Profit growth is calculated by subtracting the current period's profit by the previous period's profit then divided by the previous period's profit. Brand equity is the added value given to products and services. Brand equity can be reflected in the way consumers think, feel, and act in relation to the brand, as well as the price, market share, and profitability that brands provide to companies. If a company has large profits and attractive added value, other companies will consider making investments which will advance the company. Based on the results of statistical analysis, it can be concluded that Profit Growth partially has no significant effect on Investment Decisions in the Real Estate sub-sector service companies studied. The results of the t test show the t value and the significance value of the independent variable. From the results of data processing in the table above, the tcount value is  $1,307 < t_{table} 1,665$  and the significance value is  $0,195 > 0,05$ . This means that the tcount value is smaller than the ttable value and the significance value is greater than 0,05. Based on the results of statistical analysis, it can be concluded that Brand Equity partially has a significant effect on investment decisions in service companies in the Real Estate sub-sector as indicated by the results of the t test which shows the t value and the significance value of the independent variable. From the processing results in the table above, the tcount value is  $2,396 > t_{table} 1,665$  and the significance value is  $0,019 < 0,05$ . This means that the value of tcount is greater than the value of ttable and the significance value is less than 0,05. Simultaneously profit growth and brand equity simultaneously affect investment decisions in real estate sub-sector service companies are accepted. This is evidenced by the Fcount value of  $4,426 > F_{table} 3,12$  and a significance of  $0,015 < a$  significance level of 0,05. This can be proven by the R Square obtained by each independent variable of 0,106, which means 10,6% of the independent variable (X) contributes to the dependent variable (Y), while another 89,4% is explained by other variables.

**Keywords: Profit Growth, Brand Equity and Investment Decision**

## DAFTAR PUSTAKA

- Andriyani Ima. (2015). pengaruh rasio keuangan terhadap pertumbuhan laba pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Andriyani Ima*, 13(2), 344–358.
- Arisonda, R. (2018). Pengaruh struktur modal, likuiditas, pertumbuhan laba, ukuran perusahaan, dan invesment opportunity set (ios) terhadap kualitas laba di perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada Tahun 2015-2017. *Jurnal Akuntansi : Transparansi Dan Akuntabilitas*, 5(2), 42–47.
- Bagiana, I. K., Putra, I. G. C., & Sunarsih, N. M. (2016). Pengaruh kinerja keuangan, ukuran perusahaan dan investment opportunity set terhadap kebijakan dividen. *Seminar Nasional LPPM UNMAS DENPASAR*, 11, 580–591.
- Dianitha, K. A., Masitoh, E., & Siddi, P. (2020). Pengaruh rasio keuangan terhadap pertumbuhan laba pada perusahaan makanan dan minuman di BEI. *Jurnal Akuntansi : Transparansi Dan Akuntabilitas*, 8(2), 127–136. <https://doi.org/10.35508/jak.v8i2.2874>
- Dr. Muhammad Yunanto, M., Sianipar, I. D. S., & Manik, S. J. (2015). *Manajemen keuangan*.
- Fajriatul mubarakah, novi permata indah. (2021). Pengaruh keputusan investasi , pendanaan , dan dividen terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, XII(2), 163–180.
- Fridana, I. O., & Asandimitra, N. (2020). Analisis faktor yang memengaruhi keputusan investasi (studi pada mahasiswi di Surabaya). *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 4(2), 396. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v4i2.8729>

- Hasanudin, Awaloedin, D. T., & Yulianti, F. (2020). Pengaruh current ratio, debt to equity ratio dan net profit margin terhadap return saham pada perusahaan jasa sub sektor telekomunikasi yang terdaftar di BEI Periode 2012-2018. *Jurnal Rekayasa Informasi*, 9(1), 6–19.
- Irawati, dhian eka. (2012). Pengaruh struktur modal, pertumbuhan laba, ukuran perusahaan dan likuiditas terhadap kualitas laba. *Accounting Analysis Journal*, 1(2), 1–6. <https://doi.org/10.15294/aaj.v1i2.572>
- Khasanah, & Imroatul. (2013). Analisis pengaruh ekuitas merek terhadap keputusan pembelian mie instan sediaan di semarang. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 4(1), 1–1.
- Lathifatunnisa, & Nur Wahyuni, A. (2021). Pengaruh faktor demografi, risk tolerance dan overconfidence terhadap pengambilan keputusan investasi mahasiswa di kota Pekalongan. *Jurnal Bisnis Terapan*, 5(2), 203–216. <https://doi.org/10.24123/jbt.v5i2.4688>
- Mesrawati, M., Clairine, C., Benua, K. M., & Jonaltan, A. (2021). Pengaruh keputusan investasi, keputusan pendanaan, dan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2018. *Jurnal Komputer & Bisnis*, 14(1), 157–165. <https://doi.org/10.46576/wdw.v15i1.1057>
- Nawaiseh, M. E., Also, S. S., & Zaid, R. A. (2015). Pengaruh ekuitas merek terhadap nilai pada suatu perusahaan. 5(6), 97–111.
- Ngurah, A. A., Adi, D., & Lestari, P. V. (2016a). Pengaruh kebijakan deviden, likuiditas, profitabilitas. pengaruh kebijakan dividen, likuiditas, profitabilitas dan, 5(7), 4044–4070.

- Ngurah, A. A., Adi, D., & Lestari, P. V. (2016b). Pengaruh kebijakan deviden, likuiditas, profitabilitas dan ukuran perusahaan. pengaruh kebijakan dividen, likuiditas, profitabilitas dan, 5(7), 4044–4070.
- Nurhayati, N., Hidayati, A. I., & Utami, E. S. (2020). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pertumbuhan laba perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bei. *BISMA: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 14(3), 172. <https://doi.org/10.19184/bisma.v14i3.16171>
- Nurvianda, G., & Ghasarma, R. (2018). Pengaruh keputusan investasi, keputusan pendanaan dan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 16(3), 167.
- Nyoman, I., & Mahaputra, K. A. (2012). Pengaruh rasio-rasio keuangan terhadap pertumbuhan laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. *Jurnal Akuntansi & Bisnis AUDI*, 7(2), 12.
- Pinassang, A. W., & Rahardjo, S. T. (2017). Pengaruh ekuitas merek terhadap keputusan pembelian laptop merek toshiba di Semarang. *Diponegoro Journal of Management*, 6, 1–12. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Priansa, D. J., & Musty, B. (2014). Pengaruh suku bunga deposito dan layanan atm terhadap ekuitas merek serta dampaknya terhadap keputusan konsumen untuk menjadi nasabah di kantor cabang utama pt bank jabar dan banten Tbk. *Jurnal Ecodemica*, II(2), 178–185.
- Puspaningsih, & Pamungkas. (2013). Pengaruh keputusan investasi, keputusan pendanaan dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Akutansi Dan Auditing Indonesia*, 17, 156–165.
- Rialdy, N. (2017). Pengaruh arus kas operasi tterhadap pertumbuhan laba

perusahaan pada PT pegadaian (Persero) Kanwil I Medan. *Akuntansi Dan Bisnis*, 3(1), 84–92.

Sriyanto, A., & Kuncoro, A. W. (2015). pengaruh kualitas layanan, ekuitas merek dan promosi terhadap keputusan pembelian produk lion star di modern market jakarta. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 4(2), 21.

Tawas, H., & Pandensolang, J. (2020). Pengaruh diferensiasi, kualitas produk dan ekuitas merek terhadap keputusan pembelian coca-cola pada pt. bangun wenang beverages company di manado. *Emba*, 3(3), 1113–1124.

Utami, A. P. S., & Darmayanti, N. P. A. (2018). Pengaruh keputusan investasi, keputusan pendanaan dan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan food and beverages. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(10), 5719.  
<https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v07.i10.p18>

