

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya mengenai pengaruh *internet financial reporting* terhadap reaksi pasar dengan *CEO power* sebagai variabel moderasi, maka dapat ditarik simpulan sebagai berikut:

1. *Internet financial reporting* tidak berpengaruh signifikan terhadap reaksi pasar. Artinya penyajian informasi oleh perusahaan melalui website tidak dapat mempengaruhi reaksi para pelaku di pasar modal.
2. *CEO power* berpengaruh signifikan terhadap reaksi pasar. Artinya adanya *CEO power* akan mempengaruhi reaksi pasar yang dicerminkan *abnormal return* yang diterima investor di pasar modal. *CEO power* menjadi informasi yang dimanfaatkan oleh investor untuk mengambil keputusan investasi dan mengukur kinerja seorang CEO dalam pengelolaan perusahaan dan menggambarkan prospek perusahaan kedepannya.
3. *CEO power* tidak memperkuat pengaruh *internet financial reporting* terhadap reaksi pasar. Maka diketahui bahwa *CEO power* dalam model analisis regresi adalah sebagai model *predictor* moderasi, artinya variabel moderasi ini hanya berperan sebagai variabel prediktor dalam model hubungan yang dibentuk.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis, pembahasan dan simpulan penelitian, maka penulis mengajukan beberapa saran yang dapat dikemukakan sebagai berikut:

1. Keterbatasan dalam penelitian ini yakni hanya mengukur reaksi pasar dengan satu indikator saja yakni *abnormal return*. Model untuk mengestimasi *return* yang diharapkan menggunakan *market adjusted model*, sehingga penelitian

selanjutnya dapat menggunakan model lainnya yaitu *market model*, atau *mean adjusted model*.

2. Bagi perusahaan khususnya sektor manufaktur agar lebih memberi perhatian pada *internet financial reporting* agar investor dapat memperoleh informasi yang berguna dalam pengambilan keputusan.
3. Bagi para pelaku di pasar modal sebelum menentukan keputusan berinvestasi perlu mempertimbangkan informasi-informasi lainnya untuk mendukung pengambilan keputusan investasi mengingat berdasarkan hasil penelitian masih banyak faktor-faktor lain yang mempengaruhi reaksi pasar.