

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Landasan Teori

##### 1. *Signaling Theory*

*Signaling theory* (teori sinyal) pertama kali dikemukakan oleh Michael Spence pada tahun 1973. Spence mengatakan dengan memberikan suatu sinyal, pihak pemilik informasi berusaha memberikan informasi yang dapat dimanfaatkan oleh pihak penerima informasi.<sup>36</sup> Selanjutnya, pihak penerima akan menyesuaikan perilakunya sesuai dengan pemahamannya terhadap sinyal tersebut.

Teori sinyal dihasilkan oleh adanya asimetri informasi atau manajer dan pemegang saham tidak memiliki akses informasi perusahaan yang sama.<sup>37</sup> Adanya asimetri informasi menjadikan manajer lebih banyak mengetahui kondisi dan prospek perusahaan. Teori sinyal (*signaling theory*) merupakan teori yang menjelaskan persepsi investor luar tentang prospek perusahaan akibat adanya corporate action. *Signaling theory* merupakan suatu Tindakan yang dilakukan manajemen suatu perusahaan untuk memberikan petunjuk dan informasi kepada investor mengenai bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan. Oleh karena itu, manajemen perusahaan harus dapat menyampaikan informasi yang berkaitan dengan

---

<sup>36</sup> M Spence, "Job Market Signaling," *The Quarterly Journal of Economics* 87, no. 3 (1973): 355–74.

<sup>37</sup> Rinnaya Ista Yansi, "Pengaruh Profitabilitas, Rasio Aktivitas, Keputusan Pendanaan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2010-2014)," *Jurnal Of Accounting* 2, no. 2 (2016).

keunggulan yang dimiliki perusahaan dibandingkan perusahaan lain.<sup>38</sup> Dalam *signaling theory* merupakan teori yang membahas tentang naik turunnya harga dipasar, sehingga akan memberikan pengaruh kepada perusahaan investor. Sinyal ini berupa informasi mengenai apa yang sudah dilakukan oleh manajemen untuk merealisasikan kegiatan pemilik.

*Signaling theory* (teori sinyal) membahas mengenai reaksi yang ditunjukkan oleh para investor atas sinyal yang diterima yang diberikan oleh perusahaan berupa berbagai informasi. Sinyal yang diperoleh berupa sinyal positif (*good news*) maupun sinyal negative (*bad news*). Teori sinyal menyatakan bahwa perusahaan yang berkualitas baik dengan sengaja akan memberikan sinyal kepada pasar, dengan demikian pasar diharapkan dapat mengkomunikasikan informasi tersebut dan pihak penerima akan menginterpretasikan informasi yang diterimanya.<sup>39</sup>

## 2. *Gross Profit Margi (GPM)*

### a. *Definisi Gross Profit Margin (GPM)*

*Gross profit margin* merupakan persentase dari laba kotor di bandingkan dengan penjualan (*sales*). Semakin besar *gross profit margin*, maka semakin baik keadaan operasi perusahaan, karena hal itu menunjukkan bahwa *cost of goods sold relative* rendah dibandingkan dengan penjualan. Demikian pula sebaliknya, semakin rendah *gross profit margin*, semakin kurang baik operasi perusahaan.<sup>40</sup> Rasio ini

---

<sup>38</sup> Dwi Astutik, "Pengaruh Aktivitas Rasio Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Industri Manufaktur)."

<sup>39</sup> Agung Prajanto dan Ririh Dian Pratiwi, "Analisis Nilai Perusahaan Manufaktur Di Indonesia Dari Prespektif Kinerja Keuangan," *Jurnal Akuntan Indonesia* 6, no. 1 (2017).

<sup>40</sup> Surya Darmawan, "Analisis Modal Kerja Terhadap Profitabilitas Pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk" (Universitas Muhammadiyah Makasar, 2020).

digunakan untuk mengetahui presentasi laba dari kegiatan usaha murni perusahaan yang bersangkutan setelah dikurangi biaya-biaya.<sup>41</sup>

Rasio laba kotor adalah salah satu jenis rasio rentabilitas/profitabilitas yang mengungkapkan kaitannya antara *gross profit margin* (laba kotor) dan total pendapatan penjualan bersih. Perhitungan ini sering dimanfaatkan sebagai alat untuk mengevaluasi kinerja operasional suatu entitas bisnis. Perhitungan ini dilakukan dengan pembagian antara laba kotor dengan penjualan. Rasio ini memperlihatkan berapa banyak yang sudah diterima oleh entitas, dengan meninjau pengeluaran yang diperlukan untuk memproduksi barang dan jasa.

*Gross profit margin* adalah salah satu perusahaan kunci dalam teori keuangan yang digunakan untuk menilai profitabilitas dan efisiensi operasional suatu perusahaan. *Gross profit margin* yang diukur dengan laba kotor dibagi dan memberikan wawasan tentang seberapa baik perusahaan mengelola biaya produksi dalam hubungannya dengan penjualannya.

Laba kotor sangat penting untuk bisnis apa pun. Laba kotor harus cukup untuk menutupi semua biaya dan menghasilkan keuntungan.

Tidak ada standar untuk menafsirkan rasio laba kotor.<sup>42</sup>

$$\text{Gross profit margin} = \frac{\text{Laba kotor}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

---

<sup>41</sup> Estelita Tompoh, "Analisis Kinerja Keuangan Bank Dilihat Dari Aspek Likuiditas, Solvabilitas Dan Profitabilitas PT. Bank Mandiri Tbk," *Correspondencias & Análisis* 4, no. 5 (2023): 2723–0112.

<sup>42</sup> Laily Nurjanah et al., "Rasio Profitabilitas Dan Penilaian Kinerja Keuangan UMKM," *Jurnal Manajemen Bisnis* 18, no. 4 (2021): 591–606, <https://doi.org/10.38043/jmb.v18i4.3321>. (diakses pada 3 juli 2024 pukul 18.05)

Perusahaan dengan *gross profit margin* yang tinggi mungkin memiliki kemampuan lebih besar untuk membayar dividen kepada pemegang saham, menarik investor yang mencari pendapatan tetap. Kebijakan dividen yang baik dapat meningkatkan daya perusahaan saham dan, dengan demikian, nilai pasar perusahaan.

Menjaga keseimbangan yang perusahaan pembayaran dividen dan reinvestasi laba dapat membantu perusahaan menjaga pertumbuhan yang berkelanjutan sekaligus memberikan pengembalian kepada pemegang saham, yang dapat meningkatkan nilai perusahaan dalam jangka perusahaan.

**b. Manfaat *Gross Profit Margin* (GPM)**

Adapun manfaat dari *Gross Profit Margin*:

- 1) Untuk mengetahui penyebab turunnya harga jual.
- 2) Untuk mengetahui penyebab naiknya harga jual.
- 3) Untuk mengetahui penyebab turunnya harga pokok penjualan.
- 4) Untuk mengetahui penyebab naiknya harga pokok penjualan.
- 5) Sebagai bentuk pertanggungjawaban bagian penjualan akibat naik turunnya harga jual.
- 6) Sebagai bentuk pertanggungjawaban bagian produksi akibat naik turunnya harga pokok.
- 7) Sebagai salah satu alat ukur untuk menilai kinerja manajemen dalam suatu periode.

- 8) Sebagai bahan untuk menentukan kebijakan manajemen ke depan dengan mencermati kegagalan<sup>43</sup> ataupun kesuksesan pencapaian laba kotor sebelumnya.

**c. Faktor yang Mempengaruhi *Gross Profit Margin* (GPM)**

Menurut Jumingan dari *gross profit margin* antara lain:

- 1) Perubahan harga jual persatuan produk
- 2) Perubahan kuantitas atau volume produk yang dijual.<sup>44</sup>

**3. Nilai Perusahaan**

**a. Definisi Nilai Perusahaan**

Nilai perusahaan merujuk pada persepsi pasar mengenai keseluruhan nilai suatu perusahaan.<sup>45</sup> Nilai ini mencerminkan evaluasi pasar terhadap prospek masa depan perusahaan dan sering digunakan investor untuk membuat perusahaan investasi. Tujuan operasional dari sebagian besar perusahaan adalah untuk memaksimalkan profit. Sebaliknya, pengusaha biasanya masuk dalam kontrak yang besar dan berjangka perusahaan dengan tenaga kerja untuk mengerjakan berbagai tugas dengan upah tertentu dan berbagai tunjangan lain.<sup>46</sup> Perusahaan ada karena untuk menghemat biaya transaksi semacam itu. Dengan mengiinternalisasi berbagai transaksi, perusahaan juga dapat

---

<sup>43</sup> Cindy Delvia and Qahfi Romula Siregar, “Pengaruh *Debt To Asset Ratio* , *Inventory Turnover* , *Gross Profit Margin* Terhadap Financial Distress Pada Perusahaan Sub Sektor,” *Jurnal Akmami Akuntansi, Manajemen, Ekonomi* 3, no. 3 (2022): 593–604.

<sup>44</sup> Jumingan, *Analisis Laporan Keuangan*, ed. Penerbit Bunga Aksara, Cetakan Ke (Bandung, 2014).

<sup>45</sup> Roni Hartono Desi Yuliana, “Pengaruh Profitabilitas, Pertumbuhan Perusahaan, Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Di Bursa Efek Indonesia,” *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis* 14, no. 1 (2022): 45–60.

<sup>46</sup> Fatimah Dwi Purnomo, A., “Pengaruh Kebijakan Dividen, Profitabilitas, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia,” *Jurnal Studia Akuntansi Dan Bisnis (The Indonesian Journal of Management & Accounting)* 9, no. 2 (2021).

menghemat pajak penjualan dan menghindari perusahaan harga dan peraturan pemerintah yang berlaku hanya untuk transaksi antar perusahaan.

Semakin besar penggunaan hutang, semakin besar keuntungan dari penggunaan hutang. Penggunaan hutang akan meningkat nilai perusahaan tetapi hanya sampai pada titik tertentu. Setelah titik tersebut penggunaan hutang justru akan menurunkan nilai perusahaan. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi, dan meningkatkan kepercayaan pasar tidak hanya terhadap kinerja perusahaan saat ini namun juga pada prospek perusahaan di masa mendatang.

Nilai perusahaan dalam beberapa literatur yang dihitung berdasarkan harga saham disebut dengan beberapa istilah yaitu *Market to Book Ratio*, *Market to Book Assets Ratio*, *Market Value of Equity*, *Enterprise Value (EV)*, *Price Earnings Ratio (PER)*, *Tobin'Q*. Rasio-rasio keuangan digunakan investor untuk mengetahui nilai pasar perusahaan. Rasio tersebut dapat memberikan indikasi bagi manajemen mengenai penilaian investor terhadap kinerja perusahaan dimasa lampau dan prospeknya dimasa depan. Ada beberapa rasio untuk mengukur nilai pasar perusahaan, salah satunya *Tobin's Q*.<sup>47</sup>

---

<sup>47</sup> N. Irawan, D., & Kusuma, "Pengaruh Struktur Modal Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan," *Jurnal AKTUAL* 17, no. 1 (2019): 66.

## b. Manfaat Nilai Perusahaan

Manfaat dari nilai perusahaan yang tinggi sangat beragam dan signifikan, meliputi beberapa aspek berikut:

- 1) Menarik investasi
- 2) Kemampuan mendapatkan modal
- 3) Kepercayaan dan reputasi
- 4) Kestabilan harga saham
- 5) Kekuatan tawar
- 6) Kemampuan bertahan dalam krisis
- 7) Peningkatann nilai pemegang saham
- 8) Inovasi dan pengembangan

## c. Pengertian Alat Ukur Tobin Q

*Tobin's Q* atau *Q* ratio merupakan suatu model yang berguna dalam pembuatan perusahaan investasi<sup>48</sup>. *Tobin's Q* meringkas informasi yang akan perusahaan yang relevan dengan perusahaan investasi perusahaan. Perusahaan meningkatkan modal saham jika *Q* tinggi, karena jika nilai *Tobin's Q* diatas satu maka perusahaan akan menghasilkan *rate of return* yang lebih tinggi dibandingkan dengan yang dikeluarkan oleh biaya aktiva.<sup>49</sup>

Pengukuran kinerja dengan menggunakan *Tobin's Q* tidak hanya memberikan perusahaan pada aspek fundamental saja, tetapi juga sejauh mana pasar menilai perusahaan dari berbagai aspek yang dilihat oleh

<sup>48</sup> James Tobin, "Money and Economic Growth," *Economic Development and Cultural Change* 13, no. 1 (1965): 103–112.

<sup>49</sup> I. R. N Febrianti, "Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan," *JAD : Jurnal Riset Akuntansi & Keuangan Dewantara* 2, no. 2 (2019): 61–70.

pihak luar termasuk investor. *Tobin's Q* mewakili sejumlah variabel yang penting dalam pengukuran kinerja, antara lain aktiva tercatat perusahaan, kecenderungan pasar yang memadai seperti pandangan-pandangan analisis mengenai prospek perusahaan, dan variabel modal intelektual atau aktiva tidak berwujud.

*Tobin's Q* memasukkan semua unsur utang dan modal saham perusahaan, tidak hanya saham biasa saja tidak hanya ekuitas perusahaan yang dimasukkan namun seluruh perusahaan. Dengan memasukkan seluruh perusahaan berarti perusahaan tidak hanya terfokus pada satu tipe investor saja yaitu investor dalam bentuk saham namun juga untuk kreditur karena sumber pembiayaan operasional perusahaan bukan hanya dari ekuitasnya saja tetapi juga dari pinjaman yang diberikan oleh kreditur. Jadi semakin besar nilai *Tobin's Q* menunjukkan bahwa perusahaan memiliki prospek pertumbuhan yang baik.<sup>50</sup> Hal ini dapat terjadi karena semakin besar nilai pasar perusahaan dibandingkan dengan nilai buku perusahaan maka semakin besar kerelaan investor untuk mengeluarkan pengorbanan yang lebih untuk memiliki perusahaan tersebut.

Penelitian ini mencoba meneliti nilai perusahaan dengan pendekatan nilai perusahaan dengan menggunakan rasio *Tobin's Q*. perusahaan memilih rasio *Tobin's Q* dalam penelitian ini untuk mengukur nilai perusahaan adalah karena penghitungan rasio *Tobin's Q* lebih rasional mengingat unsur-unsur kewajiban juga dimasukkan

---

<sup>50</sup> R Anggasta, G., & Suhendah, "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Dividen Dan Umur Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan," *Jurnal Paradigma Akuntansi* 2, no. 2 (2020).

sebagai dasar penghitungan. Rasio *Tobin's Q* yaitu penjumlahan dari nilai pasar ekuitas dan total hutang dibagi dengan total aktiva perusahaan nilai pasar ekuitas bisa dicari dengan mengkalikan jumlah saham biasa perusahaan yang beredar di akhir tahun dengan harga penutupan saham (*closing price*) di akhir tahun<sup>51</sup>. Rumus tersebut di tuliskan sebagai berikut :

$$\text{Tobin's Q} = \frac{(\text{MVS} + \text{DEBT})}{\text{TA}}$$

Di mana:

$\text{MVS}$  (*Market value of all outstanding shares*) =  $P \times \text{Qshares}$

$\text{Debt} = (\text{CL} - \text{CA}) + \text{INV} + \text{LLT}$

Keterangan:

$\text{MVS}$  = Nilai pasar dari harga saham dan jumlah lembar saham yang beredar akhir tahun

$\text{Debt}$  = Nilai total kewajiban perusahaan

$\text{TA}$  (*Total Assets*) = Total aset perusahaan

$P$  (*Price*) = Harga saham penutup akhir tahun

$\text{Qshares}$  = Jumlah saham beredar akhir tahun

$\text{CL}$  (*Current Liabilities*) = Kewajiban jangka pendek

$\text{CA}$  (*Current Assets*) = Aset lancar

$\text{INV}$  (*Inventory*) = Nilai buku persediaan

$\text{LLT}$  (*Liabilities Long Term*) = Kewajibana jangka Panjang

---

<sup>51</sup> C. Firmansyah, A., & Purnama, "Pengaruh Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan," *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 2019.

Menurut Sudyanto & Puspitasari pada penelitian Dzahabiyya menyebutkan skors dari tobin's q rasio antara lain :

- 1) Jika hasil tobin's  $q > 1$  berarti manajemen perusahaan berhasil dalam mengelola aktiva atau aset perusahaan. *Over Valued*.
- 2) Jika hasil tobin's  $q < 1$  berarti manajemen perusahaan telah gagal dalam mengelola aktiva atau aset perusahaan. *Under Valued*.
- 3) Jika hasil tobin's  $q = 1$  berarti manajemen perusahaan stagnan dalam pengelolaan aset perusahaan. *Average*.

#### **d. Faktor yang memperngaruhi nilai Perusahaan**

Menurut McKinsey dan David nilai perusahaan dipengaruhi oleh berbagai faktor yang dapat dikelompokkan dalam beberapa katategori utama: faktor keuangan, operasional, pasar, dan eksternal.<sup>52</sup>

- 1) Faktor Keuangan
  - a) Pendapatan dan Laba: Pertumbuhan pendapatan dan laba bersih yang konsisten biasanya meningkatkan nilai perusahaan karena menunjukkan kinerja finansial yang sehat.<sup>53</sup>
  - b) Arus Kas: Arus kas yang kuat dan positif menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan uang yang cukup untuk membayar utang dan berinvestasi dalam pertumbuhan.<sup>54</sup>

---

<sup>52</sup> McKinsey dan W. Hutchinson David, *Valuation: Measuring and Managing the Value of Companies*, 6 ed (Hoboken, NJ: Wiley, 2020).

<sup>53</sup> Richard A Brealey, C. Myers Stewart, dan Allen Franklin, *Principles of Corporate Finance*, 13 ed. (New York: McGraw-Hill Education, 2020).

<sup>54</sup> Aswath Damodaran, *Valuation: Measuring and Managing the Value of Companies*, Wiley (New York, 2012).

- c) Rasio Keuangan: Rasio seperti rasio utang terhadap ekuitas, rasio likuiditas, dan rasio profitabilitas memberikan gambaran tentang kesehatan finansial perusahaan.
- d) Valuasi Pasar: Harga saham dan kapitalisasi pasar (untuk perusahaan yang terdaftar) mencerminkan persepsi pasar terhadap nilai perusahaan.
- e) Manajemen Utang: Struktur utang dan kemampuan perusahaan dalam mengelola dan membayar utang mempengaruhi risiko dan stabilitas finansial.<sup>55</sup>

## 2) Faktor Operasional

- a) Efisiensi Operasional: Efisiensi dalam produksi, distribusi, dan manajemen biaya dapat meningkatkan profitabilitas dan nilai perusahaan.<sup>56</sup>
- b) Kualitas Manajemen: Kualitas dan pengalaman tim manajemen serta kemampuan mereka dalam membuat perusahaan strategis mempengaruhi kinerja perusahaan.
- c) Inovasi dan Teknologi: Kemampuan untuk berinovasi dan mengadopsi teknologi terbaru dapat memberikan keunggulan kompetitif dan meningkatkan nilai perusahaan.
- d) Sumber Daya dan Infrastruktur: Ketersediaan dan kualitas sumber daya manusia, fasilitas, dan infrastruktur mempengaruhi efisiensi dan kapasitas produksi.

---

<sup>55</sup> Franco Modigliani dan Miller Merton H, "The Cost of Capital, Corporation Finance, and the Theory of Investment," *American Economic Review* 48, no. 3 (1958): 97–261.

<sup>56</sup> Robert S Kaplan dan P. Norton David, "The Balanced Scorecard Measures That Drive Performance," *Harvard Business Review* 70, no. 1 (1992): 71–79.

### 3) Faktor Pasar

- a) Posisi Pasar dan Pesaing: Posisi perusahaan dalam pasar dan kekuatan pesaing mempengaruhi daya saing dan potensi pertumbuhan. Permintaan dan Penawaran: Tren permintaan produk atau layanan perusahaan serta dinamika penawaran mempengaruhi pendapatan dan profitabilitas.
- b) Pangsa Pasar: Pangsa pasar yang besar dapat menunjukkan kekuatan perusahaan dan mempengaruhi persepsi nilai di pasar.

### 4) Faktor Eksternal

- a) Kondisi Ekonomi Makro: Faktor seperti pertumbuhan ekonomi, inflasi, suku bunga, dan stabilitas ekonomi umum mempengaruhi kinerja dan nilai perusahaan.
- b) Regulasi dan Kebijakan Pemerintah: Perubahan dalam regulasi dan kebijakan pemerintah, termasuk pajak, peraturan lingkungan, dan kebijakan perusahaan, dapat mempengaruhi biaya dan operasional perusahaan.
- c) Tren Industri: Perubahan dalam tren industri, seperti pergeseran preferensi konsumen atau kemajuan teknologi, dapat mempengaruhi prospek perusahaan.
- d) Risiko Politik dan Sosial: Ketidakstabilan politik, perubahan kebijakan, atau risiko sosial dapat mempengaruhi operasi dan nilai perusahaan.

#### 5) Faktor Reputasi

- a) Brand dan Citra Perusahaan: Reputasi merek dan citra perusahaan di mata konsumen dan pemangku kepentingan dapat mempengaruhi nilai perusahaan dan daya tariknya di pasar.  
Kepuasan Pelanggan: Tingkat kepuasan pelanggan dan loyalitas dapat mempengaruhi penjualan dan pendapatan.

#### 6) Faktor Internasional

- a) Eksposur Global: Untuk perusahaan yang beroperasi secara internasional, perusahaan seperti fluktuasi mata uang, risiko negara, dan kondisi pasar global dapat mempengaruhi nilai perusahaan.
- b) Perdagangan Internasional: Akses ke pasar internasional dan hambatan perdagangan dapat mempengaruhi peluang pertumbuhan dan profitabilitas.

### 4. Pengaruh *Gross Profit Margin* Terhadap Nilai Perusahaan

*Gross profit margin* yaitu rasio perbandingan antara laba kotor dengan penjualan. *Gross profit margin* yang tinggi dapat menunjukkan bahwa perusahaan memiliki keunggulan kompetitif dalam pengelolaan biaya produksi, sedangkan margin yang rendah dapat mengindikasikan adanya tantangan dalam menghasilkan laba yang cukup dari aktivitas operasional.<sup>57</sup> Hal ini menunjukkan penjualan yang banyak dari kinerja asset akan mendatangkan laba yang banyak. Sebaliknya, jika *gross profit*

---

<sup>57</sup> Miftahul Rohmah, "Skripsi: Pengaruh Rasio Likuiditas, Solvabilitas, Dan Rasio Aktivitas Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia" (Universitas Bhayangkara, 2019).

*margin* rendah maka efektivitas asset dalam penjualan rendah dan laba yang dihasilkan oleh perusahaan sedikit. Serta kinerja keuangan yang dilihat dari *gross profit margin* rendah.

Pertumbuhan GPM menunjukkan prospek perusahaan yang semakin baik, yang akan di tangkap oleh investor sebagai sinyal positif dai perusahaan yang selanjutnya mempermudah manajemen perusahaan untuk menarik modal dalam bentuk saham. Apabila terdapat kenaikan permintaan saham suatu perusahaan, maka secara tidak langsung akan menaikkan harga saham tersebut di pasar modal.

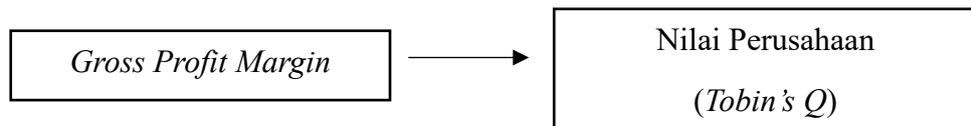
#### **a. Variabel Penelitian**

Penelitian tentang pengaruh *gross profit margin* (GPM) terhadap nilai perusahaan di sub-sektor barang konsumsi primer untuk periode 2014-2023 memerlukan pemilihan variable yang tepat agar analisisnya valid dan komprehensif.

- 1) Variabel Independen yaitu *gross profit margin*, *gross profit margin* yaitu rasio yang menunjukkan persentase laba kotor terhadap penjualan bersih.
- 2) Variable Dependen ialah nilai perusahaan, yaitu nilai yang diberikan pasar terhadap suatu perusahaan, dan dapat diukur dengan *Tobin's Q*. *Tobin's Q* adalah rasio nilai pasar asset terhadap nilai penggantian asset.

**b. Kerangka Teoritis**

Kerangka pemikiran penelitian menunjukkan pengaruh dari variable independent terhadap variable dependen. Variabel perusahaan dalam penelitian ini adalah *gross profit margin*. Sedangkan variabel dependennya adalah *tobin's q*. Berdasarkan uraian tersebut, maka kerangka pemikiran dalam penelitian ini sebagai berikut:

**c. Hipotesis Penelitian**

$H_0$  : *Gross Profit Margin* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

$H_1$  : *Gross Profit Margin* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.