

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. *Internet Financial Reporting* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Frekuensi Perdagangan Saham pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014. Tingkat frekuensi perdagangan saham 48,9% dipengaruhi oleh informasi yang dipublikasikan melalui *website* perusahaan. Kesimpulan ini didasarkan pada nilai signifikansi 0,05.
2. *Internet Financial Reporting* tidak berpengaruh terhadap *Abnormal Return* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014. Kesimpulan ini didasarkan pada nilai signifikansi 0,05.
3. *Internet Financial Reporting* melalui frekuensi perdagangan saham tidak berpengaruh secara tidak langsung terhadap *Abnormal Return* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014. Kesimpulan ini didasarkan pada nilai signifikansi 0,05.

#### 5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini hanya menggunakan variabel independen *Internet Financial Reporting*, sehingga perlu menambah variabel lain yang dapat mempengaruhi reaksi pasar. Reaksi pasar yang digunakan sebagai variabel dependen dalam

penelitian ini adalah *Abnormal Return* dan Frekuensi Perdagangan Saham sehingga perlu mencari variabel dependen lain sehingga variabel yang dapat dipengaruhi informasi yang diungkapkan melalui *website* dapat teridentifikasi. Frekuensi Perdagangan Saham sebagai variabel intervening juga tidak berpengaruh langsung terhadap *Abnormal Return* sehingga perlu mencari variabel lain yang dapat mempengaruhi *Abnormal Return*.

### 5.3 Saran

Adapun saran yang dapat diberikan peneliti adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya, perlu melakukan penelitian terhadap faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi reaksi pasar. Sehingga variabel lain yang berpengaruh terhadap reaksi pasar dapat teridentifikasi; perlu menambahkan reaksi pasar yang lain sebagai variabel dependen seperti Volume Perdagangan Saham dan Harga Saham; perlu melakukan perluasan sampel penelitian; dan pengukuran variabel IFR yang berbeda.
2. Bagi perusahaan, sebaiknya memaksimalkan penggunaan *website* perusahaan sebagai media komunikasi kepada pihak luar perusahaan khususnya investor.