

ABSTRAK

Dalam dunia investasi, pihak yang menaruh modalnya di saham perusahaan yang terdaftar di bursa efek memiliki tujuan untuk mendapatkan *return* dan menghindari risiko. Salah satu dari banyak cara untuk menilai kinerja perusahaan yang akan diinvestasikan adalah menggunakan Economic Value Added sebagai indikator internal dan Market Value Added sebagai indikator eksternal.

Economic Value Added adalah perkiraan *true economic profit* bisnis 'untuk tahun ini, yang berarti bahwa adanya *opportunity cost* untuk modal yang digunakan. Market Value Added adalah perbedaan antara nilai pasar ekuitas dan ekuitas yang diberikan oleh pemegang saham.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui secara empiris pengaruh Economic Value Added dan Market Value Added terhadap return saham. Populasi penelitian ini adalah perusahaan Consumer Goods. Teknik pengambilan sampel adalah purposive sampling, dengan jumlah sampel sebanyak 14 perusahaan Consumer Goods yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2009-2014. Teknik analisis data yang digunakan adalah Data Panel dengan Common Effect Model. Pengujian hipotesis menggunakan t-test untuk uji parsial, f-test untuk uji simultan dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara partial Economic Value Added dan Market Value Added tidak memiliki pengaruh pada return saham. Dan untuk uji simultan, Economic Value Added dan Market Value Added juga tidak memiliki pengaruh pada return saham secara bersamaan. Selanjutnya, koefisien determinasi adalah hasil 0,045843 atau dengan kata lain, variabel return saham dapat dijelaskan oleh Economic Value Added dan Market Value Added oleh 4,58%. Sedangkan 95,42% lainnya dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar penelitian ini.

Keywords: Economic Value Added, Cost of Capital, Market Value Added, Stock Return