

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan mengenai pengaruh *Green Creativity*, *Competitive Advantage* dan Biaya *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan dengan *Human Resource Performance* (HRP) Sebagai Variabel Moderasi, dapat diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel *Green Creativity* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *Green Creativity* maka nilai juga akan meningkat.
2. Variabel *Competitive Advantage* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *Competitive Advantage* maka nilai Perusahaan juga akan meningkat.
3. Variabel Biaya *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi Biaya *Corporate Social Responsibility* (CSR) maka nilai perusahaan juga akan meningkat.
4. Variabel *Green Creativity* dan *human resource performance* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa *human resource performance* mampu memoderasi pengaruh *Green Creativity* terhadap nilai Perusahaan.

5. Variabel *Competitive Advantage* dan *human resource performance* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa *human resource performance* mampu memoderasi pengaruh *Competitive Advantage* terhadap nilai Perusahaan.
6. Variabel Biaya *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan *human resource performance* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa *human resource performance* mampu memoderasi pengaruh Biaya *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai Perusahaan.

## **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan dari penelitian ini maka dapat diberikan saran pada peneliti selanjutnya sebagai berikut:

1. Menambahkan variabel lain yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan variabel-variabel tersebut dalam beberapa penelitian masih menunjukkan hasil yang beragam.
2. Menambah tahun penelitian yang dapat mencerminkan penelitian jangka panjang agar hasil pengukuran nilai perusahaan perusahaan menjadi lebih akurat dan dapat digeneralisasikan.