

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH	vi
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR RUMUS.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah dan Pembatasan Masalah	8
1.2.1 Identifikasi Masalah	8
1.2.2 Pembatasan Masalah.....	9
1.3 Perumusan Masalah	9
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1 Teori Sinyal	11
2.1.2 Teori Efisien Market Hipotesis.....	11
2.1.3 Nilai Perusahaan	12
2.1.3.1 Definisi Nilai Perusahaan	12
2.1.3.2 Pengukuran Nilai Perusahaan	12
2.1.4 Pertumbuhan Penjualan	14
2.1.4.1 Definisi Pertumbuhan Penjualan	14
2.1.4.2 Pengukuran Pertumbuhan Penjualan	14
2.1.5 Profitabilitas	15
2.1.5.1 Definisi Profitabilitas.....	15
2.1.5.2 Pengukuran Profitabilitas.....	15
2.1.6 Ukuran Perusahaan.....	18
2.1.6.1 Definisi Ukuran Perusahaan	18
2.1.6.2 Pengukuran Ukuran Perusahaan	20
2.2 Penelitian Terdahulu	20
2.3 Hubungan Antar Variabel	25

2.3.1 Hubungan Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan dengan Nilai Perusahaan	25
2.3.2 Hubungan Pertumbuhan Penjualan dengan Nilai Perusahaan.....	25
2.3.3 Hubungan Profitabilitas dengan Nilai Perusahaan	26
2.3.4 Hubungan Ukuran Perusahaan dengan Nilai Perusahaan.....	26
2.4 Hipotesis Penelitian	27
2.5 Model Penelitian	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	29
3.1 Desain Penelitian	29
3.2 Waktu Penelitian.....	29
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	29
3.3.1 Jenis Data.....	29
3.3.2 Sumber Data.....	29
3.4 Populasi, Sampling dan Teknik Pengambilan Sampling	30
3.4.1 Populasi Penelitian	30
3.4.2 Sampling Penelitian.....	30
3.4.3 Teknik Pengambilan Sampel	30
3.5 Unit Analisis	31
3.6 Definisi Operasional Variabel.....	31
3.6.1 Variabel Dependen	31
3.6.2 Variabel Independen.....	32
3.6.3 Definisi Operasional Variabel	33
3.7 Teknik Analisis Data.....	33
3.7.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	34
3.7.2 Uji Asumsi Klasik	34
3.7.2.1 Uji Normalitas.....	34
3.7.2.2 Uji Multikolonieritas.....	34
3.7.2.3 Uji Heteroskedastisitas	35
3.7.2.4 Uji Autokorelasi.....	35
3.7.3 Analisis Rgresi Linear Berganda	36
3.7.4 Uji Hipotesis	36
3.7.4.1 Uji F (Uji Signifikan Simultan)	36
3.7.4.2 Uji T (Uji Parsial)	36
3.7.4.3 Koefisien Determinasi R^2	37
BAB IV HASIL PENELITIAN	38
4.1 Hasil Penelitian	38
4.1.1 Deskriptif Objektif Data.....	38

	Halaman
4.1.2 Uji Statistik Deskriptif	39
4.1.3 Uji Asumsi Klasik	41
4.1.3.1 Uji Normalitas Data	41
4.1.3.2 Uji Multikolinearitas	41
4.1.3.3 Uji Heterokedastisitas	42
4.1.3.4 Uji Autokorelasi	43
4.1.4 Analisis Linear Berganda	44
4.1.5 Uji Hipotesis	44
4.1.5.1 Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	44
4.1.5.2 Uji Signifikansi Parsial (Uji t)	45
4.1.5.3 Uji Koefisien Determinasi	47
 BAB V PEMBAHASAN	 48
5.1 Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan	 48
5.2 Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan	48
5.3 Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan	49
5.4 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan	49
5.5 Temuan Penelitian	50
5.6 Keterbatasan Penelitian	51
 BAB VI PENUTUP	 52
6.1 Kesimpulan	52
6.2 Saran	52
 DAFTAR REFERENSI	 54
LAMPIRAN	56