

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Pembatasan Masalah.....	8
1.4 Perumusan Masalah.....	8
1.5 Tujuan Penelitian.....	8
1.6 Manfaat Penelitian	9
BAB II.....	10
TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 Teori Agensi (<i>Agency Theory</i>).....	10
2.1.2 Teori Asimetri Informasi.....	13
2.1.3 Teori <i>Signaling</i>	14
2.2 Manajemen Laba.....	15
2.2.1 Pengertian Manajemen Laba	15
2.2.2 Pola Manajemen Laba	16
2.2.3 Motivasi Manajemen Laba	17
2.2.4 Teknik untuk Mendeteksi Manajemen Laba	18
2.3 Pertumbuhan Penjualan (<i>Sales Growth</i>)	19
2.3.1 Pengertian <i>Sales Growth</i>	19
2.3.2 Rasio Pertumbuhan	20
2.4 Profitabilitas	20
2.4.1 Pengertian Profitabilitas	20
2.4.2 Pengukuran Profitabilitas	21

2.4.3 Tujuan Profitabilitas.....	22
2.4.4 Manfaat Profitabilitas.....	22
2.5 Struktur Modal	23
2.5.1 Pengertian Struktur Modal.....	23
2.5.2 Komponen Struktur Modal.....	23
2.5.3 Rasio Struktur Modal	24
2.5.4 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Struktur Modal.....	25
2.6 Penelitian Terdahulu	26
2.7 Hubungan Antar Variabel.....	28
2.7.1 Hubungan antara <i>Sales Growth</i> , Profitabilitas dan Struktur Modal dengan Manajemen Laba.....	28
2.7.2 Hubungan antara Sales Growth dengan Manajemen Laba	29
2.7.3 Hubungan antara Profitabilitas dengan Manajemen Laba	30
2.7.4 Hubungan antara Struktur Modal dengan Manajemen Laba	30
2.8 Hipotesis Penelitian	31
2.9 Model Penelitian.....	32
BAB III	33
METODE PENELITIAN.....	33
3.1 Desain Penelitian	33
3.2 Jenis dan Sumber Data.....	33
3.2.1 Jenis Data.....	33
3.2.2 Sumber Data	33
3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	33
3.3.1 Populasi	33
3.3.2 Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	34
3.4 Definisi Operasional Variabel	35
3.4.1 Variabel Dependend (Manajemen Laba)	35
3.4.2 Variabel Independen	36
3.4.2.1 <i>Sales Growth</i>	36
3.4.2.2 Profitabilitas.....	36
3.4.2.3 Struktur Modal.....	37
3.5 Operasional Variabel	37
3.6 Teknik Analisis Data	38
3.6.1 Analisis Statistik Deskriptif	38
3.6.2 Uji Kualitas Data.....	39
3.6.2.1 Uji Normalitas Data Residual.....	39
3.6.3 Uji Asumsi Klasik	39
3.6.3.1 Uji Multikolinearitas	39
3.6.3.2 Uji Heteroskedastisitas.....	39
3.6.3.3 Uji Autokolerasi.....	40
3.6.4 Uji Hipotesis	40
3.6.4.1 Analisa Koefisien Determinasi	41
3.6.4.2 Uji Model Fit (Uji F)	41
3.6.4.3 Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji t)	41

BAB IV	43
HASIL PENELITIAN	43
4.1 Hasil Penelitian.....	43
4.1.1 Hasil Analisis Statistik Deskriptif.....	43
4.1.2 Hasil Uji Kualitas Data.....	44
4.1.2.1 Hasil Uji Normalitas Data Residual	44
4.1.3 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	44
4.1.3.1 Hasil Uji Multikolinearitas	44
4.1.3.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	45
4.1.3.3 Hasil Uji Autokolerasi	45
4.1.4 Hasil Uji Hipotesis	46
4.1.4.1 Hasil Uji Statistik F (Uji Stimultant).....	46
4.1.4.2 Hasil Uji Statistik t (Uji Parsial)	47
4.1.4.3 Hasil Uji Koefisien Determinasi	48
4.1.4.4 Hasil Uji Linear Berganda	49
BAB V	51
PEMBAHASAN PENELITIAN	51
5.1 Pembahasan.....	51
5.1.1 Pengaruh <i>Sales Growth</i> , Profitabilitas dan Struktur Modal secara Stimultan Terhadap Manajemen Laba	51
5.1.2 Pengaruh <i>Sales Growth</i> Terhadap Manajemen Laba secara Partial	52
5.1.3 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Manajemen Laba secara Partial	53
5.1.4 Pengaruh Struktur Modal Terhadap Manajemen Laba secara Partial	53
5.2 Temuan Penelitian	54
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	54
BAB VI	54
KESIMPULAN DAN SARAN	54
6.1 Kesimpulan.....	55
6.2 Saran	56
DAFTAR PUSTAKA	58
LAMPIRAN	62