

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....	vii
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....	vii
ABSTRAK .....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL .....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	8
1.3 Pembatasan Masalah .....	8
1.4 Rumusan Masalah .....	8
1.5 Tujuan Penelitian.....	9
1.6 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	11
2.1 Landasan Teori .....	11
2.1.1 <i>Signaling Theory</i> .....	11
2.1.2 Relevansi Nilai.....	11
2.1.3 Nilai Perusahaan.....	12
2.1.4 Profitabilitas.....	13
2.1.5 Likuiditas.....	13
2.1.6 Ukuran Perusahaan.....	13
2.1.7 <i>Inventory Turnover</i> .....	14
2.2 Penelitian Terdahulu .....	14
2.3 Hubungan Antar Variable .....	21
2.3.1 Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Ukuran Perusahaan, dan <i>Inventory Turnover Ratio</i> Terhadap Nilai Perusahaan .....	21
2.3.2 Hubungan Profitabilitas (ROE) terhadap Nilai Perusahaan (PBV) .....	22

2.3.3	Hubungan Likuiditas (CR) terhadap Nilai Perusahaan (PBV) .....	22
2.3.4	Hubungan Ukuran Perusahaan (SIZE) pada Nilai Perusahaan (PBV) .....	23
2.3.5	Hubungan <i>Inventory Turnover</i> terhadap Nilai Perusahaan (PBV) .....	23
2.4	Model Penelitian.....	24
2.4.1	Model Penelitian Subsektor Makanan dan Minuman .....	24
2.4.2	Model Penelitian Subsektor Kosmetik dan Rumah Tangga .....	25
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>		<b>26</b>
3.1	Rencana Penelitian.....	26
3.2	Jenis dan Sumber Data.....	26
3.2.1	Jenis Data .....	26
3.2.2	Sumber Data .....	26
3.3	Populasi dan Sampel.....	26
3.3.1	Populasi Penelitian .....	26
3.3.2	Sampel.....	26
3.3.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	26
3.4	Unit Analisis .....	27
3.5	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel .....	28
3.5.1	Variabel Penelitian .....	28
3.5.1.1	Variabel Dependen.....	28
3.5.1.2	Variabel Independen .....	28
3.5.2	Definisi Operasional Variabel .....	28
3.5.2.1	<i>Variabel Dependen</i> .....	28
3.5.2.2	Variabel Independen .....	29
3.6	Teknik Analisis Data.....	31
3.6.1	Uji Statistik Deskriptif .....	31
3.6.2	Uji Asumsi Klasik .....	31
3.6.2.1	Uji Normalitas .....	31
3.6.2.2	Uji Multikolinearitas .....	32
3.6.2.3	Uji Heteroskedastisitas.....	32
3.6.2.4	Uji Autokorelasi .....	32
3.6.3	Analisis Regresi Linear Berganda.....	33
3.6.4	Uji Hipotesis .....	33
3.6.4.1	Uji Signifikansi Simultan (Uji F) .....	33
3.6.4.2	Uji Signifikansi Parsial (Uji T) .....	34

3.6.4.3	Uji Paired Sample T-Test.....	34
3.6.4.4	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	34
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN.....</b>	<b>35</b>
<b>4.1</b>	<b>Deskripsi Objek Penelitian.....</b>	<b>35</b>
<b>4.2</b>	<b>Hasil Penelitiani .....</b>	<b>36</b>
4.2.1	Statistik Deskriptif.....	36
4.2.1.1	Hasil Uji Statistik Deskriptif pada Subsektor Makanan dan Minuman Periode 2016-2021.....	36
4.2.1.2	Hasil Uji Statistik Deskriptif pada Subsektor Kosmetik dan Rumah Tangga Periode 2016-2021.....	37
4.2.2	Uji Asumsi Klasik .....	39
4.2.2.1	Uji Normalitas .....	39
4.2.2.2	Uji Multikolonieritas .....	43
4.2.2.3	Uji Heteroskedatisitas.....	45
4.2.2.4	Uji Autokorelasi .....	46
4.2.3	Analisis Regresi Linier Bergandal .....	48
<b>4.3</b>	<b>Uji Hipotesis .....</b>	<b>50</b>
4.3.1	Uji Statistik F (Simultan).....	50
4.3.2	Uji Statistik T (Parsial) .....	51
4.3.3	Uji Paired Sampel T-Test.....	54
4.3.4	Uji Koefisien Determinasi ( <i>Adjust R<sup>2</sup></i> ).....	55
<b>BAB V</b>	<b>PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN.....</b>	<b>56</b>
<b>5.1</b>	<b>Pembahasan Hasil Penelitian.....</b>	<b>56</b>
5.1.1	Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Ukuran Perusahaan, dan <i>Inventory Turnover</i> Secara Simultan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Subsektor Makanan dan Minuman Dan Kosmetik dan Rumah Tangga.....	58
5.1.2	Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Subsektor Makanan dan Minuman Dan Kosmetik dan Rumah Tangga .....	59
5.1.3	Pengaruh Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Subsektor Makanan dan Minuman Dan Kosmetik dan Rumah Tangga .....	60
5.1.4	Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Subsektor Makanan dan Minuman Dan Kosmetik dan Rumah Tangga .....	62
5.1.5	Pengaruh <i>Inventory Turnover</i> Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Subsektor Makanan dan Minuman Dan Kosmetik dan Rumah Tangga .....	63
<b>5.2</b>	<b>Temuan Penelitian .....</b>	<b>64</b>
<b>5.3</b>	<b>Keterbatasan Penelitian .....</b>	<b>65</b>

<b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>66</b>
<b>6.1 Kesimpulan.....</b>	<b>66</b>
<b>6.2 Saran .....</b>	<b>66</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>68</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>73</b>



**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Model Penelitian Subsektor Makanan dan Minuman.....	24
Gambar 2.2 Model Penelitian Subsektor Kosmetik dan Rumah Tangga .....	25
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas Data Probability Plot sebelum Outliers pada Sub Sektor Makanan dan Minuman .....	39
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas Data <i>Probability Plot</i> setelah Outliers pada Sub Sektor Makanan dan Minuman .....	40
Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas Data Probability Plot sebelum Transform Sqrt pada Sub Sektor Kosmetik dan Rumah Tangga .....	41
Gambar 4.4 Hasil Uji Normalitas Data Probability Plot setelah Transform Sqrt pada Sub Sektor Kosmetik dan Rumah Tangga .....	42
Gambar 4.5 Hasil Uji Heteroskedastisitas pada Sub Sektor Makanan dan Minuman .....	45
Gambar 4.6 Hasil Uji Heteroskedastisitas pada Sub Sektor Kosmetik dan Rumah Tangga.....	46

**DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1 .....	3
Tabel 1.2 .....	5
Tabel 2.1 .....	15
Tabel 3.1 .....	27
Tabel 3.2 .....	30
Tabel 3.3 .....	33
Tabel 4.1 .....	35
Tabel 4.2 .....	36
Tabel 4.3 .....	38
Tabel 4.4 .....	40
Tabel 4.5 .....	43
Tabel 4.6 .....	44
Tabel 4.7 .....	44
Tabel 4.8 .....	46
Tabel 4.9 .....	47
Tabel 4.10 .....	47
Tabel 4.11 .....	48
Tabel 4.12 .....	49
Tabel 4.13 .....	50
Tabel 4.14 .....	51
Tabel 4.15 .....	51
Tabel 4.16 .....	52
Tabel 4.17 .....	54
Tabel 4.18 .....	55
Tabel 4.19 .....	55
Tabel 5.1 .....	56
Tabel 5.2 .....	57