

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAKSI	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GRAFIK	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	11
1.3 Batasan Masalah	11
1.4 Rumusan Masalah.....	12
1.5 Tujuan Penelitian	12
1.6 Manfaat Penelitian	13

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Tinjauan Teori.....	14
2.1.1 Teori Sinyal (<i>Signaling Theory</i>)	14
2.1.2 Teori Relevansi Nilai	16
2.1.3 Teori Keagenan (<i>Agency Theory</i>)	19
2.1.4 Nilai Perusahaan	21

2.1.5 Laporan Keuangan	22
2.1.6 Profitabilitas	31
2.1.7 Struktur Modal	33
2.1.8 Teori Modigliani dan Miller (M&M)	34
2.1.9 <i>Trade-Off Theory</i>	36
2.1.10 <i>Pecking Order Theory</i>	37
2.2 Hubungan Antar Variabel	39
2.3 Rumusan Hipotesis	41
2.4 Penelitian Terdehulu	42
2.5 Model Penelitian	52

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Desain Riset	53
3.2 Jenis dan Sumber Data	54
3.3 Populasi dan Sampel	55
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	58
3.5 Teknik Analisis Data	61
3.6 Uji Analisis Regresi Linier	65
3.7 Uji Hipotesis	67

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Objek Penelitian	71
4.2 Hasil Penelitian	71
4.3 Uji Hipotesis	80
4.4 Pembahasan	85
4.5 Pembahasan Hipotesis	86
4.6 Temuan Penelitian	88

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan 90

5.2 Keterbatasan Penelitian 92

5.3 Saran 92

DAFTAR PUSTAKA