

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2 Latar Belakang Penelitian	4
1.3 Perumusan Masalah	12
1.4 Tujuan Penelitian	12
1.5 Manfaat Penelitian	13
1.6 Sistematika penulisan tugas akhir	13
BAB II TINJAUAN PERPUSTAKAAN.....	16
2.1 Teori-Teori Terkait Penelitian dan Penelitian Terdahulu	17
2.1.1 <i>Signaling Theory</i>	17
2.1.2 Nilai Perusahaan	18
2.1.3 <i>Leverage</i>	21
2.1.4 <i>Growth Opportunity</i>	23
2.1.5 <i>Sales Growth</i>	24
2.1.6 Penelitian Terdahulu	26
2.2 Kerangka Pemikiran.....	40
2.2.1 Hubungan <i>Leverage</i> Terhadap Nilai Perusahaan	40
2.2.2 Hubungan <i>Growth Opportunity</i> Terhadap Nilai Perusahaan	41
2.2.3 Hubungan <i>Sales Growth</i> Terhadap Nilai Perusahaan	42
2.3 Hipotesis Penelitian.....	43
BAB III METODE PENELITIAN	44

3.1 Jenis Penelitian.....	45
3.2 Operasional Penelitian	46
3.2.1 Variabel Dependen.....	46
3.2.2 Variabel Independen	47
3.3 Tahapan Penelitian	50
3.4 Populasi dan Sampel	52
3.4.1 Populasi.....	52
3.4.2 Sampel.....	52
3.5 Pengumpulan Data	55
3.6 Teknik Analisis Data.....	55
3.6.1 Statistik Deskriptif	55
3.6.2 Uji Asumsi Klasik.....	56
3.6.3 Pemilihan Model Regresi Data Panel	57
3.6.4 Analisis Regresi Data Panel	59
3.6.5 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	59
3.6.6 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)	60
3.6.7 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji T)	60
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	62
4.1 Analisis Statistik Deskriptif	63
4.1.1 Nilai Perusahaan	64
4.1.2 <i>Leverage</i>	66
4.1.3 <i>Growth Oppotunity</i>	67
4.1.4 <i>Sales Growth</i>	68
4.2 Hasil Penelitian	70
4.2.1 Uji Asumsi Klasik.....	70
4.2.2 Pemilihan Model Regresi Data Panel	71
4.2.3 Hasil Pemilihan Model Regresi Data Panel	74
4.2.4 Analisis Koefisien Determinasi	76
4.2.5 Uji Simultan (Uji F)	77
4.2.6 Uji Parsial (Uji T)	78
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	79
4.3.1 Pengaruh <i>Leverage</i> , <i>Growth Opportunity</i> , dan <i>Sales Growth</i>	79

4.3.2 Pengaruh <i>Leverage</i> terhadap Nilai Perusahaan.....	79
4.3.3 Pengaruh <i>Growth Opportunity</i> terhadap Nilai Perusahaan	81
4.3.4 Pengaruh <i>Sales Growth</i> terhadap Nilai Perusahaan	83
BAB V KESIMPULAN	86
5.1 Kesimpulan	86
5.2 Saran.....	87
5.2.1 Aspek Teoritis	87
5.2.2 Aspek Praktis	88
DAFTAR PUSTAKA.....	89
LAMPIRAN.....	93