

DAFTAR ISI

HASIL PERNYATAAN ORISINALITAS	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Batasan Masalah.....	8
1.4 Perumusan Masalah	8
1.5 Tujuan Penelitian	9
1.6 Manfaat Penelitian.....	9
1.6.1 Manfaat Teoritis.....	9
1.6.2 Manfaat Praktis	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11

2.1	Landasan Teori.....	11
2.1.1	Teori Keagenan (<i>Agency Theory</i>).....	11
2.1.2	Trade-Off Theory	12
2.1.3	Signaling Theory	13
2.1.4	Nilai Perusahaan.....	14
2.1.5	Struktur Modal.....	16
2.1.6	Ukuran Perusahaan.....	17
2.2	Hasil Penelitian Terdahulu	20
2.3	Kerangka Pemikiran.....	25
2.3.1	Pengaruh Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan	26
2.3.2	Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan.....	27
2.3.3	Pengaruh Struktur Modal dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan	28
2.4	Hipotesis Penelitian.....	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		30
3.1	Desain Penelitian.....	30
3.2	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	31
3.2.1	Lokasi Penelitian	31
3.3	Definisi Operasional Variabel.....	31
3.3.1	Nilai Perusahaan (Y)	31
3.3.2	Struktur Modal (X1).....	32
3.3.3	Ukuran perusahaan (X2).....	32
3.4	Populasi, Sampel dan Teknik Sampling.....	35
3.4.1	Populasi Penelitian.....	35
3.4.2	Sampel Penelitian dan Teknik sampling	38
3.5	Pengumpulan dan sumber Data Penelitian.....	40
3.5.1	Teknik Pengumpulan Data	40
3.6	Analisis Data	40
3.6.1	Statistik deskriptif.....	41

3.7	Analisis Regresi Linier Berganda	41
3.8	Uji Asumsi Klasik.....	42
1.	Uji Normalitas.....	42
3.9	Uji Hipotesis.....	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		46
4.1	Hasil Penelitian	46
4.1.2	Proses Pemilihan Sampel	46
4.1.3	Hasil.....	47
4.1.4	Statistik Deskriptif.....	47
4.1.5	Uji Asumsi Klasik	50
4.1.6	Uji Regresi Linier Berganda.....	54
4.1.7	Uji Hipotesis.....	56
4.1.8	Uji Koefesien Determinasi.....	58
4.2	Pembahasan.....	59
4.2.1	Pengaruh Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan.....	65
4.2.2	Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan	67
4.2.3	Pengaruh antara Struktur Modal dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan	67
BAB V		71
KESIMPULAN DAN SARAN.....		71
5.1	Kesimpulan.....	71
5.2	Saran	70
DAFTAR PUSTAKA.....		73

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Research Gap Nilai Perusahaan.....	15
Tabel 2.1	Hasil Penelitian Terdahulu.....	27
Tabel 3.1	Daftar Perusahaan Makanan Dan Minuman yang Terdaftar di BEI.....	36
Tabel 3.2	Daftar Sampel Perusahaan	38
Tabel 3.3	Teknik Sampling Perolehan Data Sampel Penelitian... ..	39
Tabel 4.1	Teknik Sampling Perolehan Data Sampel Penelitian... ..	45
Tabel 4.2	Hasil Analisis Deskriptif.....	46
Tabel 4.3	Hasil Uji Normalitas	49
Tabel 4.4	Hasil Uji Normalitas setelah outlier	
Tabel 4.5	Hasil Uji Multikolinearitas.....	50
Tabel 4.6	Hasil Uji Heteroskedastisitas	51
Tabel 4.7	Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	52
Tabel 4.8	Hasil Uji t.....	53
Tabel 4.9	Hasil Uji F	54
Tabel 4.10	Hasil Koefisien Determinasi	56
Tabel 4.11	Perbandingan Struktur Modal terhadap nilai perusahaan.....	63
Tabel 4.12	Perbandingan Ukuran perusahaan terhadap Nilai Perusahaana.....	65
Tabel 4.13	Perbandingan Struktur Modal dan Ukuran perusahaan terhadap Nilai Perusahaan	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Nilai perusahaan Industri Manufaktur Dari Berbagai Sub Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di BEI pada Tahun 2017-2021	11
Gambar 1.2	Stuktur Modal Industri Manufaktur Dari Berbagai Sub Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di BEI pada Tahun 2017-2021	12
Gambar 1.3	Ukuran perusahaan Industri Manufaktur Dari Berbagai Sub Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di BEI pada Tahun 2017-2021	14
Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran	31
Gambar 4.1	Grafik Statistik Deskriptif	57
Gambar 4.2	Grafik Statistik Deskriptif	59
Gambar 4.3	Grafik Statistik Deskriptif.....	60

KARAWANG

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Tabulasi Data.....	71
Lampiran 2 Daftar Riwayat hidup	80

