

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	7
1.3. Pembatasan Masalah	7
1.4. Rumusan Masalah	8
1.5. Tujuan Masalah.....	8
1.6. Manfaat Penelitian	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
2.1. Kerangka Teoritis.....	10
2.1.1 <i>Signalling Theory</i>	10
2.1.2 <i>Perekonomian berbasis pengetahuan</i>	11
2.1.3 <i>Nilai Pasar Perusahaan</i>	12
2.1.4 <i>Intangible Asset</i>	14
2.1.5 <i>Research and Development Intensity</i>	18
2.1.6 <i>Advertising Intensity</i>	20
2.2. Penelitian Terdahulu	23
2.3. Kerangka Berpikir.....	25
2.4. Hipotesis	27
2.4.1. <i>Nilai Intangible Assets Terhadap Nilai Pasar</i>	27

2.4.2. <i>Research and Development Intensity</i> Terhadap Nilai Pasar	28
2.4.3. <i>Advertising Intensity</i> Terhadap Nilai Pasar.....	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	31
3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian	31
3.2. Populasi dan Sampel	31
3.2.1. Populasi.....	31
3.2.2. Sampel.....	32
3.3. Jenis dan Sumber Data Penelitian.....	32
3.4. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	33
3.4.1. Variabel Penelitian.....	33
3.4.2. Definisi Operasional	33
3.4.2.1. Variabel Dependen	33
3.4.2.2. Variabel Independen.....	34
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.6. Teknik Analisis Data.....	36
3.6.1. Uji Asumsi Klasik.....	36
3.6.2. Analisis Regresi Berganda.....	39
3.6.3. Uji Hipotesis	40
3.6.3.1. Uji Statististik T	40
3.6.3.2. Uji Statistik F.....	40
3.6.3.3. Uji Koefisien Determinasi.....	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	42
4.1. Hasil Penelitian	42
4.1.1. Gambaran Umum Sampel.....	42
4.1.2. Hasil Pengujian Data.....	44
4.1.2.1. Uji Asumsi Klasik	44
4.1.2.1.1. Uji Normalitas.....	44
4.1.2.1.2. Uji Multikolinearitas	46
4.1.2.1.3. Uji Heteroskedastisitas.....	47
4.1.2.1.4. Uji Autokorelasi.....	48
4.1.3.1. Analisis Regresi Berganda	48

4.1.3.2. Analisis Koefisien Determinasi	50
4.1.3.3. Analisis Uji T	51
4.1.3.4. Analisis Uji F.....	52
4.2. Pembahasan Hasil Penelitian	53
4.2.1. Pengaruh <i>intangibile assets</i> terhadap nilai pasar perusahaan	54
4.2.2. Pengaruh <i>research and development intensity</i> terhadap nilai pasar perusahaan	56
4.2.3. Pengaruh <i>advertising intensity</i> terhadap nilai pasar perusahaan	57
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	60
5.1. Kesimpulan	60
5.2. Saran	61
DAFTAR PUSTAKA.....	62
LAMPIRAN	

