

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
MOTTO	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
PRAKATA	x
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Ruang Lingkup Penelitian	9
1.3.1 Ruang Lingkup Subjek	9
1.3.2 Ruang Lingkup Objek	9
1.3.3 Ruang Lingkup Tempat	9
1.3.4 Ruang Lingkup Waktu	10
1.4 Tujuan Penelitian	10
1.5 Manfaat Penelitian	10
1.5.1 Bagi Investor	10
1.5.2 Bagi Akademik dan Peneliti Selanjutnya	10
1.5.3 Bagi Perusahaan	10
1.6 Sistematika Penulisan	10
BAB 2	12

LANDASAN TEORI	12
2.1 Landasan Teori.....	12
2.1.1 Teori Agensi.....	12
2.1.2 Teori Kontinjensi	13
2.2 <i>Chief Executive Officer</i> (CEO).....	13
2.2.1 <i>CEO POWER</i>	15
2.3 <i>Product Market Competition</i>	17
2.4 Nilai Perusahaan.....	18
2.5 Penelitian Terdahulu	19
2.6 Kerangka Pemikiran.....	22
2.7 Hipotesis.....	22
2.7.1 Pengaruh <i>CEO Power</i> terhadap Nilai Perusahaan	22
2.7.2 Pengaruh <i>Product Market Competition</i> terhadap Nilai Perusahaan	24
BAB 3	25
METODE PENELITIAN.....	25
3.1 Jenis Penelitian.....	25
3.2 Sumber Data.....	25
3.3 Metode Pengumpulan Data	25
3.4 Populasi.....	26
3.5 Sampel.....	26
3.5 Variabel Penelitian	27
3.5.1 Variabel Dependen.....	28
3.5.2 Variabel Independen	28
3.6 Definisi Operasional Variabel.....	28
3.7 Uji Asumsi Klasik	29
3.7.1 Uji Normalitas.....	29
3.7.2 Uji Multikolinearitas	30
3.7.3 Uji Autokorelasi.....	30
3.7.4 Uji Heterokedatisitas	31

3.8 Metode Analisis Data.....	31
3.8.1 Analisis Regresi Linier Berganda	32
3.9 Pengujian Hipotesis.....	32
3.9.2 Uji statistik t	32
3.10 Kerangka Hipotesis	33
3.11 Hipotesis Statistik	34
BAB IV	35
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	35
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	35
4.2 Hasil Penelitian	43
4.2.1 Hasil Perhitungan Variabel Penelitian	43
4.2.2 Hasil Uji Prasyarat Data.....	50
4.2.1 Uji Normalitas.....	50
4.2.2 Uji Multikolineritas.....	52
4.2.3 Uji Autokorelasi.....	52
4.2.4 Uji Heteroskedatistas	53
4.2.3 Hasil Uji Analisis Data.....	54
4.3.1 Statistik Deskriptif	54
4.3.2 Analisis Regresi Linier Berganda	56
4.4 Hasil Pengujian Hipotesis	58
4.4.1 Hasil Koefisien Determinasi (R^2).....	58
4.4.1 Uji statistik t (t-test)	58
4.5 Pembahasan.....	59
4.5.1 Pengaruh <i>Ownership Power</i> terhadap Nilai Perusahaan.....	59
4.5.2 Pengaruh <i>Expert Power</i> terhadap Nilai Perusahaan.....	60
4.5.3 Pengaruh <i>CEO Duality</i> terhadap Nilai Perusahaan.....	62
4.5.2 Pengaruh <i>Product Market Competition</i> terhadap Nilai Perusahaan	63
5.1 Simpulan	66

5.2 Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA	68
LAMPIRAN	iv