

## DAFTAR ISI

<b>DAFTAR JUDUL DEPAN</b> .....	xii
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iv
<b>RIWAYAT HDUP</b> .....	v
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	vii
<b>MOTTO</b> .....	viii
<b>ABSTRAK</b> .....	ix
<b>ABSTRACT</b> .....	x
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	xi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1    Latar Belakang Masalah .....	1
1.2    Rumusan Masalah .....	12
1.3    Ruang Lingkup Penelitian .....	12
1.3.1    Ruang Lingkup Subjek.....	12
1.3.2    Ruang Lingkup Objek.....	12
1.3.3    Ruang Lingkup Tempat.....	12
1.4    Tujuan Penelitian.....	12
1.5    Manfaat Penelitian.....	12
1.5.1    Bagi Mahasiswa .....	13
1.5.2    Bagi Perusahaan .....	13
1.5.3    Bagi Institusi .....	13
1.6    Sistematika Penulisan.....	13

<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>15</b>
2.1 Teori Sinyal (Signaling Theory).....	15
2.2 Nilai Perusahaan.....	17
2.2.1 Indikator Nilai Perusahaan.....	18
2.3 Sosial Media .....	20
2.4 Studi Penelitian Terdahulu .....	22
2.5 Pengembangan Hipotesis .....	26
2.5.1 Hubungan Sosial Media terhadap Nilai Perusahaan .....	26
2.6 Kerangka Pemikiran .....	27
2.7 Hipotesis.....	27
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>28</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	29
3.2 Sumber Data .....	29
3.3 Metode Pengumpulan Data .....	29
3.4 Populasi dan Sampel .....	30
3.4.1 Populasi.....	30
3.4.2 Sampel.....	31
3.5 Variabel Penelitian .....	32
3.6 Definisi Operasional Variabel .....	33
3.7 Metode Analisis Data .....	34
3.8 Uji Prasyarat Data.....	37
3.9 Uji Hipotesis.....	38
3.10 Pengujian Hipotesis .....	39
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>40</b>
4.1 Deskripsi Data .....	40
4.2 Analisis Statistik Deskriptif.....	47
4.3 Hasil Pemilihan Model Estimasi.....	48
4.4 Hasil Uji Persyaratan Analisis Data.....	49
4.5 Hasil Analisis Data.....	51
4.6 Hasil Pengujian Hipotesis .....	52
4.7 Pembahasan.....	53

<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	54
5.1 Kesimpulan.....	54
5.2 Saran.....	54
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	55
<b>LAMPIRAN</b> .....	60

## DAFTAR TABEL

3.1 Kriteria Sampel.....	31
3.2 Daftar Sampel Penelitian.....	32
3.3 Definisi Operasional Variabel.....	33
4.1 Hasil Perhitungan PBV.....	46
4.2 Hasil Perhitungan Sosial Media.....	47
4.3 Statistik Deskriptif.....	47
4.4 Hasil Uji Chow.....	48
4.5 Hasil Hausman.....	49
4.6 Hasil Uji Multikolinearitas.....	50
4.7 Hasil Heteroskedastisitas.....	50
4.8 Hasil Uji Autokorelasi.....	51
4.9 Hasil Uji Regresi Data Panel.....	52

## DAFTAR GAMBAR

1.1 Penggunaan Internet di Indonesia.....	1
1.2 Penggunaan Sosial Media di Indonesia.....	2
1.3 <i>Ranking</i> Pengguna Sosial Media di Indonesia.....	3
1.4 Grafik Harga Saham.....	10
2.1 Kerangka Pemikiran.....	27

## LAMPIRAN

<b>Lampiran 1</b> Populasi Penelitian.....	59
<b>Lampiran 2</b> Sampel Penelitian.....	60
<b>Lampiran 3</b> Tabulasi PBV.....	60
<b>Lampiran 4</b> Tabulasi Sosial Media.....	61
<b>Lampiran 5</b> Statistik Deskriptif.....	61
<b>Lampiran 6</b> Hasil Uji Chow.....	61
<b>Lampiran 7</b> Hasil Uji Hausman.....	61
<b>Lampiran 8</b> Hasil Uji Multikolinearitas.....	62
<b>Lampiran 9</b> Hasil Heteroskedastisitas.....	62
<b>Lampiran 10</b> Hasil Uji Autokorelasi.....	62
<b>Lampiran 11</b> Hasil Uji Regresi Data Panel.....	63