

## DAFTAR ISI

	Halaman
<i>ABSTRAK</i> .....	i
ABSTRAK.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2. Identifikasi, Pembatasan, dan Perumusan Masalah Penelitian .....	9
1.2.1. Identifikasi Masalah Penelitian .....	9
1.2.2. Pembatasan Masalah Penelitian .....	9
1.2.3. Perumusan Masalah Penelitian .....	10
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	10
1.3.1. Tujuan Penelitian .....	10
1.3.2. Manfaat Penelitian .....	11
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b>	
2.1. Kajian Teori .....	12
2.1.1. Teori Keagenan ( <i>Agency Theory</i> ) .....	12
2.1.2. Asimetri Informasi ( <i>Asymmetric Information</i> ) .....	13
2.1.3. Teori Sinyal ( <i>Signalling Theory</i> ).....	13
2.1.4. <i>Pecking Order Theory</i> .....	14
2.1.5. Manajemen Laba .....	15
2.1.6. Leverage .....	19

2.1.7. Pertumbuhan Penjualan.....	21
2.1.8. Profitabilitas.....	21
2.1.9. Ukuran Perusahaan .....	22
2.2. Penelitian Terdahulu .....	23
2.3. Kerangka Pemikiran .....	26
2.4. Hipotesis .....	27
2.4.1. Pengaruh DER terhadap Manajemen Laba.....	27
2.4.2. Pengaruh <i>Sales Growth</i> terhadap Manajemen Laba.....	28
2.4.3. Pengaruh ROA terhadap Manajemen Laba.....	28
2.4.4. Pengaruh <i>Firm Size</i> terhadap Manajemen Laba.....	29

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1. Jenis Penelitian .....	30
3.2. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	30
3.2.1. Definisi Konseptual .....	30
3.2.2. Pengukuran Variabel.....	32
3.3. Populasi dan Sampel .....	33
3.3.1. Populasi .....	33
3.3.2. Sampel .....	33
3.4. Metode Pengumpulan Data .....	34
3.5. Metode Analisis Data .....	34
3.5.1. Statistik Deskriptif .....	35
3.5.2. Uji Stasioneritas Data .....	35
3.5.3. Metode Estimasi Regresi Data Panel.....	36
3.5.3.1. Metode <i>Common Effect Model</i> .....	36
3.5.3.2. Metode <i>Fixed Effect Model</i> .....	37
3.5.3.3. Metode <i>Random Effect Model</i> .....	38
3.5.4. Metode Pengujian Data Panel.....	39
3.5.4.1. <i>Chow Test</i> .....	40
3.5.4.2. <i>Hausman Test</i> .....	40
3.5.4.3. <i>Lagrange Multiplier Test</i> .....	41

3.5.5. Pengujian Asumsi Klasik .....	42
3.5.5.1. Normalitas.....	42
3.5.5.2. Multikolinearitas.....	43
3.5.5.3. Heteroskedastisitas.....	43
3.5.5.4. Autokorelasi.....	44
3.5.6. Pengujian Hipotesis.....	44
3.5.6.1. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	44
3.5.6.2. Uji F .....	45
3.5.6.3. Uji t .....	46

## **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

4.1. Deskripsi Industri.....	47
4.1.1. Sejarah Singkat Industri Barang Konsumsi.....	47
4.1.2. Lingkup dan Bidang Usaha.....	48
4.1.3. Sumber Daya.....	49
4.1.4. Tantangan Bisnis.....	49
4.1.5. Proses/Kegiatan Fungsi Bisnis.....	50
4.2. Hasil Penelitian .....	52
4.2.1. Statistik Deskriptif Penelitian.....	52
4.2.2. Uji Stasioner Data.....	58
4.2.3. Metode Estimasi Model Regresi Data Panel.....	60
4.2.3.1. Metode <i>Common Effect Model</i> .....	61
4.2.3.2. Metode <i>Fixed Effect Model</i> .....	61
4.2.3.3. Metode <i>Random Effect Model</i> .....	62
4.2.4. Metode Pengujian Data Panel .....	63
4.2.4.1. <i>Chow Test</i> .....	63
4.2.4.2. <i>Hausman Test</i> .....	64
4.2.4.3. <i>Lagrange Multiplier Test</i> .....	65
4.2.5. Pengujian Asumsi Klasik.....	65
4.2.5.1. Normalitas.....	65
4.2.5.2. Multikolinearitas.....	66

4.2.5.3. Heteroskedastisitas.....	67
4.2.5.4. Autokorelasi.....	68
4.2.6. Pengujian Hipotesis.....	69
4.2.6.1. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	69
4.2.6.2. Uji F.....	69
4.2.6.3. Uji t .....	70
4.3. Pembahasan Hasil Penelitian.....	75
4.3.1. Pengaruh DER terhadap Manajemen Laba.....	76
4.3.2. Pengaruh <i>Sales Growth</i> terhadap Manajemen Laba.....	77
4.3.3. Pengaruh ROA terhadap Manajemen Laba.....	78
4.3.4. Pengaruh <i>Firm Size</i> terhadap Manajemen Laba .....	79
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1. Kesimpulan .....	81
5.2. Saran .....	82
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	83
<b>LAMPIRAN</b> .....	88
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b> .....	99

MERCU BUANA