

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>i</b>
<b>SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAKSI .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	9
1.3.1 Tujuan.....	9
1.3.2 Manfaat Penelitian.....	10
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA.....</b>	<b>12</b>
2.1 Landasan Teoritis .....	12
2.1.1 <i>Signalling Theory</i> .....	12
2.1.2 <i>Resource Based Theory</i> .....	13
2.1.3 Nilai Perusahaan.....	14
2.1.4 Profitabilitas.....	15
2.1.5 <i>Biaya Research and Development</i> .....	16
2.1.6 Biaya Pemasaran .....	17

2.2 Landasan Empiris.....	19
2.3 Pengaruh Antar Variabel .....	40
2.3.1 Pengaruh Biaya <i>Research and Development</i> Terhadap Profitabilitas ...	40
2.3.2 Pengaruh Biaya Pemasaran Terhadap Profitabilitas.....	41
2.3.3 Pengaruh Biaya <i>Research and Development</i> Terhadap Nilai Perusahaan .....	42
2.3.4 Pengaruh Biaya Pemasaran Terhadap Nilai Perusahaan.....	43
2.3.5 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan .....	45
2.3.6 Pengaruh Biaya <i>Research and Development</i> Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening.....	46
2.3.7 Pengaruh Biaya Pemasaran Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening.....	47
2.4 Kerangka Pemikiran.....	49
2.5 Model Hipotesis .....	50
2.6 Definisi Konsep dan Definisi Operasional .....	51
2.6.1 Definisi Konsep.....	51
2.6.2 Definisi Operasional.....	53
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>56</b>
3.1 Tipe Penelitian .....	56
3.2 Ruang Lingkup Penelitian .....	56
3.3 Lokasi Penelitian .....	57
3.4 Populasi dan Sampel .....	57
3.4.1 Populasi.....	57
3.4.2 Sampel.....	57
3.5 Teknik Sampling.....	58
3.6 Sumber Data .....	59

3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	60
3.8 Skala Pengukuran Data.....	60
3.9 Teknik Analisis Data.....	61
3.9.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	61
3.9.2 Analisis SEM-PLS.....	62
3.9.2.1 <i>Inner Model</i> .....	62
3.9.2.2 <i>Outer Model</i> .....	63
3.9.2.3 Mengkonstruksi Diagram Jalur.....	64
3.9.2.4 Konversi Diagram Jalur ke dalam Sistem Persamaan.....	64
3.9.2.5 <i>Goodness of Fit</i> .....	64
3.10 Uji Hipotesis.....	66
<b>BAB IV GAMBARAN UMUM OBJEK PERUSAHAAN.....</b>	<b>67</b>
4.1 Bursa Efek Indonesia (BEI).....	67
4.2 Perusahaan Sektor Barang Konsumsi yang Terdaftar di BEI.....	68
<b>BAB V HASIL PENELITIAN.....</b>	<b>78</b>
5.1 Hasil Statistik Deskriptif per Variabel.....	78
5.1.1 <i>Biaya Research and Development</i> .....	78
5.1.2 Biaya Pemasaran.....	79
5.1.3 Profitabilitas.....	81
5.1.4 Nilai Perusahaan.....	83
5.2 Hasil Analisis Statistik Deskriptif.....	85
5.3 Hasil Pengujian SEM-PLS.....	86
5.3.1 <i>Outer Model</i> .....	86
5.3.2 <i>Inner Model</i> .....	87
5.4 Hasil Uji Hipotesis.....	89

<b>BAB VI PEMBAHASAN .....</b>	<b>93</b>
6.1 Kontribusi Teoritis.....	93
6.2 Kontribusi Empiris .....	96
6.3 Keterbatasan Penelitian.....	103
<b>BAB VII PENUTUP.....</b>	<b>105</b>
7.1 Kesimpulan.....	105
7.2 Saran.....	106
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>108</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>113</b>