

**DAFTAR ISI**

HALAMAN JUDUL.....	i
TITLE PAGE .....	ii
SKRIPSI.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
ABSTRAK .....	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Kesenjangan Penelitian .....	4
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Ringkasan Metode Penelitian.....	5
1.5 Ringkasan Hasil Penelitian .....	6
1.6 Kontribusi Riset .....	6
1.7 Sistematika Penulisan .....	6
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>9</b>
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Resource Based View Theory.....	9
2.1.2 Signalling Theory.....	10
2.1.3 Brand Value .....	12

2.1.4 Firm Value .....	13
2.1.5 Firm Type.....	14
2.2 Penelitian Terdahulu .....	14
2.3.1 Hubungan <i>Brand value</i> dengan <i>Firm Value</i> .....	15
2.3.2 Hubungan Brand Value dengan Firm Type .....	17
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN .....</b>	<b>19</b>
3.1 Pendekatan Penelitian .....	19
3.2 Populasi dan Sampel .....	19
3.3 Periode Data Penelitian.....	21
3.4 Model Empiris.....	21
3.5 Definisi Operasional Variabel.....	22
3.5.1 Brand Value .....	22
3.5.2 Firm Value .....	24
3.5.3 Firm Type.....	24
3.6 Teknik Analisis .....	24
<b>BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>28</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	28
4.2 Analisis Deskriptif.....	29
4.3 Analisis Data .....	30
4.3.1 Analisis Regresi Linier.....	30
4.3.2 Moderated Regessin Analysis (MRA) .....	33
4.4 Pembahasan.....	35
4.4.1 Pengaruh Brand Value Terhadap Firm Value.....	35
4.4.2 Pengaruh <i>Brand Value</i> Terhadap <i>Firm Value</i> dengan <i>Firm Type</i> Sebagai Moderasi .....	36

<b>BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	37
5.1 Kesimpulan .....	37
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	37
5.3 Saran.....	38
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	39
<b>LAMPIRAN</b> .....	42

**DAFTAR TABEL**

Tabel 4. 1 Deskripsi Perusahaan Sampel .....	28
Tabel 4. 2 Deskriptif Statistik .....	29
Tabel 4. 3 Firm Type.....	30
Tabel 4. 4 Hasil Analisis Pengaruh Brand Value terhadap Book Value.....	32
Tabel 4. 5 Hasil Analisis Pengaruh Brand Value terhadap Book Value.....	34

**DAFTAR LAMPIRAN**

LAMPIRAN 1: Penelitian Terdahulu.....	42
LAMPIRAN 2: Daftar Sampel Perusahaan Non Keuangan Yang Memiliki Brand Value 2017-2019.....	46
LAMPIRAN 3: Data Variabel Penelitian.....	49
LAMPIRAN 4: Output Statistik Deskriptif.....	55
LAMPIRAN 5: Output Uji Normalitas Model 1.....	56
LAMPIRAN 6: Output Uji Multikolinearitas.....	57
LAMPIRAN 7: Output Uji Autokorelasi.....	58
LAMPIRAN 8: Output Uji Heterokedastisitas.....	59
LAMPIRAN 9: Output Uji Normalitas Model 2.....	60
LAMPIRAN 10: Output Uji Multikolinearitas.....	61
LAMPIRAN 11: Output Uji Autokorelasi.....	62
LAMPIRAN 12: Output Uji Heterokedastisitas.....	63