

**DAFTAR ISI**

HALAMAN JUDUL .....	
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI .....	i
PERNYATAAN ORISINALITAS .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
ABSTRAK .....	iv
ABSTRACT .....	v
DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN .....	ix
<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 .....	5
1.6 Kontribusi Riset.....	5
1.7 Sistematika Penulisan .....	6
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>8</b>
2.1 Landasan Teori .....	8
2.1.1. Teori Agensi.....	8
2.1.2. <i>Chief Executive Officer</i> (CEO).....	9
2.1.3. CEO Power.....	10
2.1.3.1. <i>Ownership Power</i> .....	11

2.1.3.2. <i>Prestige Power</i> .....	11
2.1.3.3. <i>Expert Power</i> .....	12
2.1.4. Nilai Perusahaan.....	13
2.1.5. <i>Product Market Competition</i> .....	13
2.2 Penelitian Terdahulu .....	14
2.3 Pengembangan Hipotesis .....	17
2.3.1. Pengaruh <i>CEO Power</i> Terhadap Nilai Perusahaan .....	17
2.3.2. Peran <i>Product Market Competition</i> dalam memoderasi <i>CEO Power</i> terhadap nilai perusahaan .....	18
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Pendekatan Penelitian .....	20
3.2 Model Empiris .....	20
3.3 Definisi Operasional .....	21
3.3.1 Definisi Operasional Variabel Independen .....	22
3.3.2 Definisi Operasional Variabel Moderasi .....	23
3.3.3 Definisi Operasional Variabel Dependen .....	23
3.3.4 Variabel Kontrol .....	24
3.3.4.1 Profitabilitas .....	24
3.3.4.2 Ukuran Perusahaan .....	25
3.3.4.3 <i>Leverage</i> .....	25
3.4 Jenis dan Sumber Data .....	26
3.5 Populasi dan Sampel .....	26
3.6 Teknik Analisis Data .....	26
3.6.1 Analisis Statistik Dekriptif .....	27
3.6.2 Analisis Faktor Explanatory .....	27
3.6.3 Uji Asumsi Klasik .....	28
3.6.3.1 Uji Normalitas .....	28
3.6.3.2 Uji Multikolonieritas .....	29
3.6.3.3 Uji Autokorelasi .....	29
3.6.3.4 Uji Heteroskedastitas .....	30
3.6.4 Analisis Regresi Linier Berganda .....	31

3.6.5 <i>Moderated Regression Analysis (MRA)</i> .....	31
3.6.6 Pengujian Hipotesis .....	33
3.6.6.1 Uji T .....	33
3.6.6.2 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	33

## **BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN**

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	35
4.2 Deskriptif Statistik Variabel .....	36
4.2.1 Nilai Perusahaan.....	37
4.2.2 CEO Power.....	37
4.2.2.1 Expert Power.....	37
4.2.2.2 Ownship Power .....	38
4.2.2.3 Prestige Power.....	38
4.2.3 Product Market Competition.....	39
4.2.4 Profitabilitas .....	39
4.2.5 Leverage .....	39
4.2.6 Ukuran Perusahaan.....	40
4.3 Analisis Hasil Penelitian.....	40
4.3.1 Analisis Faktor Exploratory .....	40
4.3.2 Asumsi Klasik .....	41
4.3.2.1 Uji Normalitas.....	41
4.3.2.2 Uji Multikolinearitas .....	42
4.3.2.3 Uji Heterokedastisitas .....	43
4.3.2.4 Uji Autokorelasi.....	44
4.3.3 Analisis Model dan Pengujian Hipotesis .....	44
4.3.3.1 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	47
4.4 Pembahasan	
4.4.1 Pengaruh CEO Power terhadap Nilai Perusahaan.....	47
4.4.2 Pengaruh CEO Power terhadap Nilai Perusahaan dengan Product Market Competition sebagai Pemoderasi.....	48
4.4.3 Pengaruh Variabel Kontrol terhadap Nilai Perusahaan.....	49

**BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Ringkasan Hasil .....	50
5.2 Kesimpulan .....	50
5.3 Saran .....	51
5.4 Keterbatasan .....	51
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>52</b>

**DAFTAR TABEL**

Tabel 4.1 Kerangka Sampel .....	36
Tabel 4.2 Hasil Uji Deskriptif .....	37
Tabel 4.3 Hasil Frekuensi <i>CEO</i> Interlock .....	38
Tabel 4.4 Hasil Uji Analisis Faktor Explanatory .....	40
Tabel 4.5 Hasil Uji Multikolinearitas .....	42
Tabel 4.6 Hasil Uji Durbin – Watson .....	44
Tabel 4.7 Hasil Analisis Regresi .....	45

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 3.1 Model Empiris .....	21
Gambar 4.1 Uji Normalitas .....	41
Gambar 4.2 Uji Heterokedastisitas .....	43