

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan dan manfaat penelitian	8
1.3.1 Tujuan Penelitian	8
1.3.2 Manfaat Penelitian	9
1.4 Sistematika Penulisan	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Teori Keagenan (Agency Theory)	12
2.2 Teori Signal (Signaling Theory)	13
2.3 Manajemen Laba (Earnings Management)	13
2.3.1 Definisi Manajemen Laba	13
2.3.2 Faktor-Faktor Pendorong Manajemen Laba	14
2.3.3 Pola Manajemen Laba	15
2.3.4 Pengukuran Manajemen Laba	16
2.4 Pandangan Islam Tentang Manajemen Laba	17
2.5 Asimetri Informasi	20
2.5.1 Teori Bid-Ask Spread	22
2.6 Ukuran Perusahaan	23
2.7 Pertumbuhan Penjualan	24
2.8 <i>Leverage</i>	24

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.9	Penelitian Terdahulu	25
2.10	Desain Penelitian	27
2.11	Hipotesis	27
2.11.1	Pengaruh Asimetri Informasi terhadap praktik Manajemen Laba.....	27
2.11.2	Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap praktik Manajemen Laba.....	29
2.11.3	Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap praktik Manajemen Laba	29
2.11.4	Pengaruh <i>Leverage</i> Terhadap praktik Manajemen Laba.....	30
BAB III	METODE PENELITIAN	31
3.1	Lokasi Penelitian	31
3.2	Populasi dan Sampel	31
3.2.1	Populasi.....	31
3.2.2	Sampel	31
3.3	Data Penelitian	34
3.3.1	Jenis dan Sumber Data	34
3.3.2	Metode Pengumpulan Data	34
3.4	Definisi Operasional dan Pengumpulan Variabel.....	34
3.4.1	Variabel Dependen (Y).....	34
3.4.2	Variabel Independen (X)	36
3.4.2.1	Asimetri Informasi (X1).....	36
3.4.2.2	Ukuran Perusahaan (X2)	36
3.4.2.3	Pertumbuhan Penjualan (X3)	37
3.4.2.4	<i>Leverage</i> (X4)	37
3.5	Analisis Statistik Deskriptif	38
3.6	Uji Asumsi Klasik.....	38
3.6.1	Uji Normalitas	38
3.6.2	Uji Multikolonieritas	39

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.6.3 Uji Autokorelasi.....	39
3.6.4 Uji Heteroskedastistas	40
3.7 Analisis Regresi Data Panel	40
3.7.1 Estimasi Model Regresi Data Panel	41
3.7.2 Pemilihan Model Regresi Data Panel	42
3.8 Uji Hipotesis	43
3.8.1 Uji Secara Parsial	43
3.8.2 Koefisien Determinasi	44

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskriptif Data Penelitian.....	45
4.2 Uji Asumsi Klasik.....	46
4.2.1 Uji Normalitas	46
4.2.2 Uji Multikolonieritas	47
4.2.3 Uji Autokorelasi	48
4.2.4 Uji Heteroskedastistas	48
4.3 Analisi Regresi Data Panel	50
4.3.1 Uji Spesifikasi Model	50
4.3.2 Model <i>Fixed Effect</i>	51
4.4 Pengujian Hipotesis	52
4.4.1 Uji Secara Parsial.....	52
4.4.2 Koefisien Determinasi	55
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian.....	56

BAB V PENUTUP 61

5.1 Kesimpulan	61
5.2 Saran	62

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN