

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>UCAPAN TERIMA KASIH</b> .....	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	11
1.3 Rumusan Masalah .....	13
1.4 Tujuan Penelitian .....	13
1.5 Kegunaan Penelitian .....	14
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b>	
2.1 Kajian Pustaka .....	15
2.1.1 Konsep PertumbuhanPenjualan.....	15
2.1.1.1 KonsepPertumbuhanPenjualandalamKinerjaKeuangan .....	15
2.1.1.2 DefinisiPenjualan .....	16
2.1.1.3 DefinisiPertumbuhanPenjualan.....	17
2.1.1.4JenisdanStrategiPenjualan.....	18
2.1.1.5FungsidanTujuanPenjualan .....	21
2.1.1.6Faktor yang MempengaruhiPenjualan .....	22

2.1.1.7 Rasio Pertumbuhan Penjualan sebagai Pengukuran Pertumbuhan Penjualan .....	24
2.1.2 Konsep Struktur Modal .....	25
2.1.2.1 Definisi Struktur Modal .....	25
2.1.2.2 Faktor yang Mempengaruhi Struktur Modal .....	27
2.1.2.3 Teori Struktur Modal .....	32
2.1.2.4 Rasio Struktur Modal .....	39
2.1.2.5 Debt To Equity Ratio sebagai Alat Ukur Struktur Modal .....	40
2.1.3 Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Struktur Modal .....	42
2.1.4 Orsinilitas Penelitian .....	43
2.2 Kerangka Pemikiran .....	48
2.3 Hipotesis .....	53
<b>BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Objek Penelitian .....	54
3.2 Metode Penelitian .....	54
3.2.1 Jenis dan Metode yang Digunakan .....	54
3.2.2 Operasionalisasi Variabel .....	56
3.2.3 Jenis dan Sumber Data .....	58
3.3 Populasi dan Sampel .....	59
3.2.3 Populasi .....	59
3.2.3 Sampel .....	60
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	60
3.5 Teknik Analisis Data dan Rancangan Uji Hipotesis .....	61
3.5.1 Analisis Data Deskriptif .....	61
3.5.2 Analisis Statistik .....	63

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1 Profil PT. StarcomSolusindo .....	68
4.1.1 Visi dan Misi PT. StarcomSolusindo.....	68
4.2 Gambaran Data Variabel .....	69
4.2.1 GambaranPertumbuhanPenjualan PT. StarcomSolusindo .....	69
4.2.2 GambaranStruktur Modal PT. StarcomSolusindo.....	76
4.2.3PengaruhTingkat PertumbuhanPenjualanterhadapStruktur Modal PT. StarcomSolusindo .....	87
4.3Temuan Hasil Penelitian.....	94
4.3.1 Temuan Penelitian Bersifat Teoritis.....	94
4.3.2 Temuan Penelitian Bersifat Empiris .....	97
4.4Implikasi Hasil Penelitianterhadap Pengembangan Pendidikan Manajemen Bisnis .....	99
<b>BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI</b>	
5.1 Kesimpulan .....	104
5.2 Rekomendasi .....	105
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>108</b>
<b>LAMPIRAN</b>	