DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PENGESAHAN .....

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN .....

SURAT KETERANGAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....

ABSTRAK ..... **i**

ABSTRACT ..... **ii**

KATA PENGANTAR ..... **iii**

DAFTAR ISI ..... **vi**

DAFTAR TABEL ..... **ix**

DAFTAR GAMBAR ..... **x**

DAFTAR LAMPIRAN ..... **xi**

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian 1

1.2 Identifikasi Masalah 5

1.3 Rumusan Masalah 6

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian 6

1.4.1 Maksud Penelitian 6

1.4.2 Tujuan Penelitian 6

1.5 Kegunaan Penelitian 7

1.5.1 Kegunaan Praktis 7

1.2.2 Kegunaan Akademis 7

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka 8

2.1.1 Perputaran Piutang 8

2.1.1.1 Pengertian Perputaran Piutang 8

2.1.1.2 Indikator Perputaran Piutang 9

2.1.2 Pertumbuhan Penjualan 10

2.1.2.1 Pengertian Pertumbuhan Penjualan 10
2.1.2.2 Indikator Pertumbuhan Penjualan 11
2.1.3 Profitabilitas 12
2.1.3.1 Pengertian Profitabilitas 12
2.1.3.2 Indikator Profitabilitas 12
2.2 Kerangka Pemikiran 14
2.2.1 Pengaruh Perputaran Piutang Terhadap Profitabilitas 14
2.2.2 Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Profitabilitas . 15
2.3 Hipotesis 16
BAB III METODE PENELITIAN
3.1 Metode Penelitian 17
3.2 Operasionalisasi Variabel 18
3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data 19
3.4 Populasi, Sampel dan Tempat serta Waktu Penelitian 20
3.4.1 Populasi 20
3.4.2 Penarikan Sampel 21
3.4.3 Tempat dan Waktu Penelitian 23
3.5 Metode Pengumpulan Data 23
3.6 Metode Pengujian Data 30
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN
4.1 Hasil Penelitian 34
4.1.1 Hasil Analisis Deskriptif 35
4.1.1.1 Gambaran Perputaran Piutang (X_1) 35
4.1.1.2 Gambaran Pertumbuhan Penjualan (X_2) 38
4.1.1.3 Gambaran Profitabilitas (ROA) (Y) 42
4.1.2 Hasil Analisi Verifikatif 45
4.1.2.1 Pengujian Asumsi Klasik 45
4.1.2.2 Analisis Regresi Liniear Berganda 49
4.1.2.3 Korelasi Parsial 51
4.1.2.4 Koefisien Determinasi 52
4.1.2.5 Pengujian Hipotesis Parsial (Uji t) 53

4.2 Pembahasan 55
4.2.1 Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Profitabilitas (ROA) 55
4.2.2 Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Profitabilitas (ROA) 57
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN
5.1 Kesimpulan 59
5.2 Saran 59
5.2.1 Saran Operasional 59
5.2.2 Saran Akademis 60
DAFTAR PUSTAKA 62