

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN SAMPUL.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Hipotesis Penelitian.....	10
E. Manfaat Penelitian.....	11
F. Ruang Lingkup Penelitian.....	12
G. Asumsi Penelitian.....	12
H. Definisi Istilah.....	13
I. Kajian Penelitian Terdahulu.....	13

BAB II LANDASAN TEORI	20
A. <i>Signalling Theory</i>	20
B. <i>Event Study</i>	20
C. Fatwa MUI No. 83 Tahun 2023	21
D. Pasar Modal	24
E. Saham.....	26
F. <i>Market capitalization</i>	27
G. <i>Trading volume activity</i>	29
BAB III METODE PENELITIAN	31
A. Rancangan Penelitian.....	31
B. Populasi dan Sampel.....	32
C. Sumber dan Jenis Data.....	39
D. Instrumen Penelitian	39
E. Pengumpulan Data	39
F. Analisis Data.....	40
BAB IV DESKRIPSI, PEMBUKTIAN HIPOTESIS DAN PEMBAHASAN....	43
A. Deskripsi Data.....	43
B. Pembuktian Hipotesis	50
C. Pembahasan.....	53
BAB V PENUTUP.....	60

A. Kesimpulan	60
B. Saran	61
DAFTAR RUJUKAN	62
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Timeline Fenomena.....	7
Gambar 3.1 Rancangan Penelitian	32
Gambar 4.1 Konsep Perbandingan.....	48
Gambar 4.2 Perbandingan <i>Market Capitalization</i>	53
Gambar 4.3 Perbandingan Harga Saham	54
Gambar 4.4 Perbandingan <i>Trading Volume Activity</i>	56
Gambar 4.5 Perbandingan Volume Perdagangan Saham	57

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Brand Unilever Indonesia	33
Tabel 4.1 Market capitalization dan Trading volume activity	46
Tabel 4.2 Analisis Statistik Deskriptif	49
Tabel 4.3 Uji Normalitas.....	50
Tabel 4.4 Uji Wilcoxon Signed Ranks-1	51
Tabel 4.5 Uji Wilcoxon Signed Ranks-2	52