

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN TESIS	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
PEDOMAN LITERASI	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR GRAFIK	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	15
C. Tujuan Penelitian	16
D. Kegunaan Hasil Penelitian	16
E. Hasil Penelitian Terdahulu	17
F. Kerangka Berfikir	32
G. Hipotesis	36
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	38
1 <i>Grand Theory</i>	38
a. Ekonomi Islam	38
1) Pengertian Ekonomi Syariah	38
2) Faktor-faktor Ekonomi Syariah	39
3) Prinsip-prinsip Ekonomi Syariah	40
4) Rancang Bangun Ekonomi Syariah	41
5) Tujuan Utama Ekonomi Syariah	43
2 <i>Middle Theory</i>	44

a. Manajemen Keuangan Syariah	44
1) Pengertian Manajemen Keuangan Syariah	44
2) Landasan Syariah Manajemen Keuangan Syariah	45
3) Prinsip-prinsip Manajemen Keuangan Syariah	46
4) Aspek-aspek Manajemen Keuangan Syariah	47
5) Tujuan Manajemen Keuangan Syariah	48
b. Lembaga Keuangan Syariah	49
1) Pengertian Lembaga Keuangan Syariah	49
2) Pembagian Lembaga Keuangan Syariah	50
3) Peran dan Fungsi Lembaga Keuangan Syariah	51
4) Prinsip Manajemen dalam Lembaga Keuangan Syariah	52
c. Pasar Modal Syariah	53
1) Tinjauan Umum Tentang Pasar Modal	53
2) Instrumen Pasar Modal Syariah	55
3 <i>Applied Theory</i>	59
a. Teori Sinyal (<i>Signalling Theory</i>)	59
b. Teori <i>Stakeholder</i>	60
c. Teori Letigimasi	61
d. <i>Market Capitalization</i>	62
1) Pengertian <i>Market Capitalization</i>	62
2) Landasan Syariah <i>Market Capitalization</i>	65
3) Ukuran <i>Market Capitalization</i>	66
4) Komponen <i>Market Capitalization</i>	67
5) Metode Menghitung <i>Market Capitalization</i>	67
6) Manfaat Menghitung <i>Market Capitalization</i>	68
e. <i>Trading Volume</i>	69
1) Pengertian <i>Trading Volume</i>	69
2) Landasan Syariah <i>Trading Volume</i>	70
3) Komponen <i>Trading Volume</i>	71

4) Metode Menghitung <i>Trading Volume</i>	72
5) Manfaat Menghitung <i>Trading Volume</i>	72
f. <i>Stock Price</i>	73
1) Pengertian <i>Stock Price</i>	73
2) Landasan Syariah <i>Stock Price</i>	74
3) Analisis <i>Stock Price</i>	76
4) Komponen <i>Stock Price</i>	77
5) Faktor-faktor yang Mempengaruhi <i>Stock Price</i>	78
6) Manfaat Mengetahui <i>Stock Price</i>	80
g. <i>Return Saham</i>	81
1) Pengertian <i>Return Saham</i>	81
2) Landasan Syariah <i>Return Saham</i>	82
3) Komponen <i>Return Saham</i>	83
4) Faktor-faktor yang Mempengaruhi <i>Return Saham</i>	84
5) Metode Menghitung <i>Return Saham</i>	88
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	90
A. Pendekatan dan Metode Penelitian	90
B. Jenis dan Sumber Penelitian	91
C. Teknik Pengumpulan Data	93
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	108
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	108
1. PT Fast Food Indonesia Tbk	108
a. Sejarah PT. Fast Food Indonesia Tbk	108
b. Visi dan Misi PT. Fast Food Indonesia Tbk	109
c. Manajemen Organisasi PT. Fast Food Indonesia Tbk ..	109
d. Kegiatan Usaha PT. Fast Food Indonesia Tbk	110
2. PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk	111
a. Sejarah PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk	111
b. Visi dan Misi PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk	111
c. Manajemen Organisasi PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk	112
d. Kegiatan Usaha PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk	112

3. PT Midi Utama Indonesia Tbk	113
a. Sejarah PT Midi Utama Indonesia Tbk	113
b. Visi dan Misi PT Midi Utama Indonesia Tbk	114
c. Manajemen Organisasi PT Midi Utama Indonesia Tbk	114
d. Kegiatan Usaha PT Midi Utama Indonesia Tbk	115
4. Analisis Deskriptif	115
a. Analisis Deskriptif <i>Market Capitalization</i>	115
b. Analisis Deskriptif <i>Trading Volume</i>	117
c. Analisis Deskriptif <i>Stock Price</i>	119
d. Analisis Deskriptif <i>Return Saham</i>	121
5. Pemilihan Model Estimasi Data Panel	126
a. Uji Chow	127
6. Uji Asumsi Klasik	128
a. Uji Normalitas	129
b. Uji Multikolinearitas	130
c. Uji Cross Section	131
7. Hasil Analisis Regresi Data Panel	132
8. Analisis Uji Hipotesis	137
a. Uji T (Parsial)	137
b. Uji F (Simultan)	140
c. Uji Koefisien Determinasi	142
9. Uji Beda Return Saham Wiloxon	143
B. Pembahasan Hasil	146
1. Hasil uji parsial (uji t) Pra Covid menunjukkan bahwa variabel <i>Market Capitalization</i> (X1) tidak terjadi perbedaan signifikan terhadap variabel Y, yang tercermin dari <i>Return Saham</i> sebesar $0,0710 > 0,05$	146
2. Hasil uji parsial (uji t) Pasca Covid menunjukkan bahwa variabel <i>Market Capitalization</i> (X1) tidak terjadi perbedaan signifikan terhadap variabel Y, yang tercermin dari <i>Return Saham</i> sebesar $0,0582 > 0,05$	149
3. Hasil uji parsial (uji t) Pra Covid menunjukkan bahwa variabel <i>Trading Volume</i> (X2) terdapat adanya perbedaan	

signifikan terhadap variabel Y, yang tercermin dari <i>Return Saham</i> sebesar $0,0480 < 0,05$	151
4. Hasil uji parsial (uji t) Pasca Covid menunjukkan bahwa variabel <i>Trading Volume</i> (X2) tidak terjadi perbedaan signifikan terhadap variabel Y, yang tercermin dari <i>Return Saham</i> sebesar $0,0631 > 0,05$	154
5. Hasil uji parsial (uji t) Pra Covid menunjukkan bahwa variabel <i>Stock Price</i> (X3) tidak terjadi perbedaan signifikan terhadap variabel Y, yang tercermin dari <i>Return Saham</i> sebesar $0,4168 > 0,05$	156
6. Hasil uji parsial (uji t) Pasca Covid menunjukkan bahwa variabel <i>Stock Price</i> (X3) tidak terjadi perbedaan signifikan terhadap variabel Y, yang tercermin dari <i>Return Saham</i> sebesar $0,0547 > 0,05$	158
7. Hasil Uji Simultan (uji F) Pra dan Pasca Covid menunjukkan bahwa variabel <i>Market Capitalization</i> (X1), <i>Trading Volume</i> (X2) dan <i>Stock Price</i> (X3) tidak berpengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel Y, yang tercermin dari hasil uji F untuk Pra Covid sebesar $4.142411 > 0.135796$ dan Pasca Covid sebesar $2.861233 > 0.208033$	160
BAB V PENUTUP	162
A. Kesimpulan	162
B. Saran	165
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

NO	JUDUL TABEL	HLM
1.1	Data <i>Market Capitalization</i> , <i>Trading Volume</i> , <i>Stock Price</i> dan <i>Return Saham</i> pada Perusahaan Perdagangan Ritel Modern Pra dan Pasca Covid 2019-2024	8
1.2	Kajian Penelitian Terdahulu	25
3.1	Data Populasi Perusahaan Ritel Modern di Indonesia	94
3.2	Data Sample Perusahaan Ritel Modern di Indonesia	95
3.3	Operasional Variabel	98
3.4	Kriteria Pengambilan Keputusan Uji Durbin Watson	105
4.1	Data Perkembangan <i>Market Capitalization</i> pada Perusahaan Perdagangan Ritel Modern Pra dan Pasca Covid 2019-2024	115
4.2	Data Perkembangan <i>Trading Volume</i> pada Perusahaan Perdagangan Ritel Modern Pra dan Pasca Covid 2019-2024	117
4.3	Data Perkembangan <i>Stock Price</i> pada Perusahaan Perdagangan Ritel Modern Pra dan Pasca Covid 2019-2024	119
4.4	Data Perkembangan <i>Return Saham</i> pada Perusahaan Perdagangan Ritel Modern Pra dan Pasca Covid 2019-2024	121
4.5	Statistik Deskriptif Variabel <i>Market Capitalization</i> , <i>Trading Volume</i> , <i>Stock Price</i> dan <i>Return Saham</i> Pra Covid	123
4.6	Statistik Deskriptif Variabel <i>Market Capitalization</i> , <i>Trading Volume</i> , <i>Stock Price</i> dan <i>Return Saham</i> Pasca Covid	125
4.7	Hasil Uji Chow Pra Covid	127
4.8	Hasil Uji Chow Pasca Covid	128
4.9	Hasil Uji Normalitas Pra Covid	129
4.10	Hasil Uji Normalitas Pasca Covid	129
4.11	Hasil Uji Multikolinearitas Pra Covid	130
4.12	Hasil Uji Multikolinearitas Pasca Covid	131
4.13	Hasil Uji Cross Section Pra Covid	132
4.14	Hasil Uji Cross Section Pasca Covid	132

4.15	Hasil Uji Regresi Data Panel Pra Covid	133
4.16	Hasil Uji Regresi Data Panel Pasca Covid	135
4.17	Hasil Uji Hipotesis Parsial (Uji T) Pra Covid	137
4.18	Hasil Uji Hipotesis Parsial (Uji T) Pasca Covid	139
4.19	Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F) Pra Covid	141
4.20	Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F) Pra Covid	141
4.21	Hasil Uji Koefisien Determinasi Pra Covid	142
4.22	Hasil Uji Koefisien Determinasi Pasca Covid	142
4.23	Hasil Uji Return Saham Wiloxon	143



DAFTAR GAMBAR

NO	JUDUL GAMBAR	HLM
1.1	Kerangka Berpikir	36



DAFTAR GRAFIK

NO	JUDUL GRAFIK	HLM
1.1	<i>Market Capitalization</i> periode 2019-2024.....	11
1.2	<i>Trading Volume</i> periode 2019-2024	11
1.3	<i>Stock Price</i> periode 2019-2024	12
1.4	<i>Return Saham</i> periode 2019-2024	12
4.1	Data Perkembangan <i>Market Capitalization</i> pada Perusahaan Perdagangan Ritel Modern Pra dan Pasca Covid 2019-2024	116
4.2	Data Perkembangan <i>Trading Volume</i> pada Perusahaan Perdagangan Ritel Modern Pra dan Pasca Covid 2019-2024	118
4.3	Data Perkembangan <i>Stock Price</i> pada Perusahaan Perdagangan Ritel Modern Pra dan Pasca Covid 2019-2024	120
4.4	Data Perkembangan <i>Return Saham</i> pada Perusahaan Perdagangan Ritel Modern Pra dan Pasca Covid 2019-2024	122

