

DAFTAR ISI

SKRIPSI	i
HALAMAN PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
PENYERTAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9

1.4 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II	11
LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	11
2.1 <i>Grand Theory</i>	11
2.1.1 <i>Compliance Theory</i>	11
2.2 Variabel-variabel penelitian	13
2.2.1 Pendapatan Asli Daerah (PAD)	13
2.2.2 Efektifitas.....	15
2.2.3 Kontribusi	17
2.2.4 Potensi.....	18
2.3 Penelitian Terdahulu.....	19
2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis dan Pengembangan Hipotesis	21
2.4.1 Kerangka Teoritis	21
2.4.2 Pengembangan Hipotesis.....	22
2.4.2.1 Pengaruh Efektifitas Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah.....	22
2.4.2.2 Pengaruh Kontribusi Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah.....	23
2.4.2.3 Pengaruh Potensi Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah.....	24
BAB III	26

METODE PENELITIAN	26
3.1 Variabel, Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran variabel.....	26
3.1.1 Variabel Dependen	26
3.1.1.1 Pendapatan Asli Daerah.....	26
3.1.2 Variabel Independen	27
3.1.2.1 Efektifitas.....	27
3.1.2.2 Kontribusi	28
3.1.2.3 Potensi.....	28
3.2 Populasi dan Sampel	29
3.3 Jenis dan Sumber Data	30
3.4 Teknik Pengumpulan Data	30
3.5 Teknik Analisis.....	31
3.5.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	31
3.5.2 Uji Asumsi Klasik.....	32
3.5.3 Uji Regresi Linier Berganda	34
3.5.4 Keباikan Modal.....	35
3.5.5 Uji Hipotesis	36
3.5.5.1 Uji-t.....	36
BAB IV	38
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	38

4.1. Deskripsi Variabel Penelitian	38
4.1.1 Pendapatan Asli Daerah.....	38
4.1.2. Efektifitas Pajak Reklame.....	38
4.1.3. Kontribusi Pajak Reklame	39
4.1.4. Potensi Pajak Reklame	40
4.2. Hasil Analisis Data.....	40
4.2.1. Uji Asumsi Klasik.....	40
4.2.1.1. Pengujian Normalitas.....	40
4.2.1.2. Pengujian Multikolinieritas.....	42
4.2.1.3. Pengujian Autokorelasi.....	43
4.2.1.4. Pengujian Heteroskedastisitas.....	43
4.2.2. Analisis Regresi Berganda.....	44
4.2.3. Pengujian Model	45
4.2.3.1. Uji Model Keseluruhan (Uji F).....	45
4.2.3.2. Koefisien Determinasi(R^2)	46
4.2.4. Pengujian Hipotesis	47
4.3. Pembahasan	48
BAB V	51
PENUTUP	51
5.1. Kesimpulan.....	51

5.2. Saran.....	51
5.3 Keterbatasan	52
5.4.Implikasi Penelitian Selanjutnya	52
5.3. Keterbatasan	52
5.4.Implikasi Penelitian Selanjutnya	52
DAFTAR PUSTAKA	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir Penelitian	22
Gambar 4.1 Uji Normalitas	41

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	19
Tabel 4.1 Deskripsi Variabel.....	38
Tabel 4.2 Uji Normalitas	43
Tabel 4.3 Uji Multikolinieritas.....	44
Tabel 4.4 Uji Autokorelasi.....	45
Tabel 4.5 Uji Heteroskedastisitas (Uji Glejser)	45
Tabel 4.6 Regresi Linear Berganda.....	46
Tabel 4.7 Uji Model.....	47

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Deskriptif Variabel	56
Lampiran 2. Uji Model	58
Lampiran 3. Uji Hipotesis (uji t).....	60
Lampiran 4. Uji Asumsi Klasik	61
Lampiran 5. Tabulasi Pajak Reklame	70