

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSYARATAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMISI	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACK	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Pembatasan Masalah	9
1.4 Rumusan Masalah	9
1.5 Tujuan Penelitian	10
1.6 Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Relevansi Nilai	11
2.1.2 Teori <i>Stakeholder</i>	11
2.1.3 Teori Sinyal	12
2.1.4 <i>Trade Off Theory</i>	13
2.1.5 Nilai Perusahaan	13
2.1.5.1 Pengertian Nilai Perusahaan	13
2.1.5.2 Pengukuran Nilai Perusahaan	14
2.1.5.3 Konsep Nilai	15
2.1.5.4 Penilaian Nilai Perusahaan	16
2.1.6 <i>Corporate Social Responsibility</i>	17
2.1.6.1 Pengertian <i>Corporate Social Responsibility</i>	17
2.1.6.2 Prinsip-prinsip <i>Corporate Social Responsibility</i>	18
2.1.6.3 Penilaian <i>Corporate Social Responsibility</i>	19
2.1.6.4 Manfaat <i>Corporate Social Responsibility</i>	19
2.1.6.5 Tujuan Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	20
2.1.7 Profitabilitas	20
2.1.7.1 Pengertian Profitabilitas	20
2.1.7.2 Pengukuran Profitabilitas	21

2.1.7.3 Penilaian Profitabilitas	23
2.1.8 Ukuran Perusahaan	23
2.1.8.1 Pengertian Ukuran Perusahaan	23
2.1.8.2 Pengukuran Ukuran Perusahaan	25
2.1.8.3 Penilaian Ukuran Perusahaan	26
2.2 Hasil Penelitian Terdahulu	26
2.3 Hubungan Antar Variabel	30
2.3.1 Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> , Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan	30
2.3.2 Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Nilai Perusahaan	31
2.3.3 Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan.....	32
2.3.4 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan	32
2.4 Model Penelitian	33
2.5 Hipotesis.....	34
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Desain Penelitian.....	35
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian	35
3.2.1 Tempat Penelitian	35
3.2.2 Waktu Penelitian.....	35
3.3 Jenis, Sumber dan Metode Pengumpulan Data.....	35
3.3.1 Jenis Data.....	35
3.3.2 Sumber Data	35
3.3.3 Metode Pengumpulan Data.....	35
3.4 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	36
3.4.1 Populasi.....	36
3.4.2 Sampel	36
3.4.3 Teknik Pengambilan Sampel	37
3.5 Definisi Operasional Variabel.....	38
3.5.1 Variabel Dependen (Y).....	38
3.5.2 Variabel Independen (X)	38
3.5.2.1 <i>Corporate Social Responsibility</i> (X ₁)	38
3.5.2.2 Profitabilitas (X ₂).....	39
3.5.2.3 Ukuran Perusahaan (X ₃)	39
3.6 Teknik Analisis Data.....	40
3.6.1 Analisis Statistik Deskriptif	40
3.6.2 Uji Asumsi Klasik.....	40
3.6.2.1 Uji Normalitas	40
3.6.2.2 Uji Multikolinearitas.....	41
3.6.2.3 Uji Heteroskedastisitas	41
3.6.2.4 Uji Autokorelasi.....	41
3.6.3 Uji Regresi Linear Berganda	42

3.6.4 Uji Hipotesis	43
3.6.4.1 Uji Signifikansi Model/Simultan (Uji Statistik F).....	43
3.6.4.2 Uji Individual/Parsial (Uji Statistik t).....	43
3.6.4.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	43
BAB IV HASIL PENELITIAN	
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	44
4.2 Hasil Penelitian	44
4.2.1 Analisis Statistik Deskriptif	44
4.2.2 Uji Asumsi Klasik.....	46
4.2.2.1 Uji Normalitas	46
4.2.2.2 Uji Multikolinearitas.....	47
4.2.2.3 Uji Heteroskedastisitas	48
4.2.2.4 Uji Autokorelasi.....	49
4.2.3 Uji Hipotesis	50
4.2.3.1 Uji Signifikansi Model/Simultan (Uji Statistik F).....	50
4.2.3.2 Uji Individual/Parsial (Uji Statistik t).....	51
4.2.3.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	52
4.2.4 Uji Regresi Linear Berganda	53
BAB V PEMBAHASAN PENELITIAN	
5.1 Pembahasan.....	55
5.1.1 Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> , Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan	55
5.1.2 Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Nilai Perusahaan	56
5.1.3 Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan.....	57
5.1.4 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan	58
5.2 Temuan Penelitian.....	58
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	59
BAB VI PENUTUP	
6.1 Kesimpulan	60
6.2 Saran	61
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN	69