

DAFTAR ISI

Daftar	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah dan Pembatasan Masalah.....	15
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	15
1.2.2 Pembatasan Masalah	16
1.3 Rumusan Masalah	17
1.4 Tujuan Penelitian	18
1.5 Manfaat Penelitian	19
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Telaah Teori	
2.1.1 Teori <i>Stakeholder (Stakeholder Theory)</i>	21
2.1.2 Teori Sinyal (<i>Signaling Theory</i>).....	23
2.1.3 Akuntansi Pertanggungjawaban Sosial	25
2.2 <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	25

2.2.1	Pengertian dan Konsep CSR	25
2.2.2	Manfaat CSR	27
2.2.3	Pengungkapan CSR.....	29
2.2.4	Jenis-jenis Pengungkapan CSR.....	32
2.2.5	Pengungkapan Laporan Keuangan.....	33
2.2.6	Tujuan Pengungkapan.....	34
2.2.7	Kategori Pengungkapan	35
2.2.8	Pelaporan Program CSR	36
2.2.9	Implementasi Program CSR.....	37
2.3	Ukuran Perusahaan.....	38
2.4	Rasio Keuangan	41
2.5	Nilai Perusahaan	53
2.5.1	Definisi Nilai Perusahaan.....	53
2.6	Hasil Penelitian Sebelumnya.....	56
2.7	Pengaruh Hubungan Antar Variabel	59
2.7.1	Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap CSR.....	59
2.7.2	Pengaruh Profitabilitas Terhadap CSR	59
2.7.3	Pengaruh <i>Leverage</i> Terhadap CSR	60
2.7.4	Pengaruh CSR Terhadap Nilai Pasar Perusahaan ...	61
2.8	Hipotesis Penelitian.....	64
2.9	Model Penelitian	65
2.9.1	Variabel dan Definisi Operasional	65
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		
3.1	Desain Riset	66
3.2	Jenis dan Sumber Data.....	67
3.2.1	Jenis Data	67
3.2.2	Sumber Data.....	67
3.3	Populasi Dan Sampel	68
3.3.1	Populasi	68
3.3.2	Sampel.....	68

3.3.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	69
3.4	Unit Analisis Data.....	70
3.5	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	70
3.5.1	Variabel Independen.....	71
3.5.1.1	Ukuran Perusahaan.....	71
3.5.1.2	Profitabilitas.....	71
3.5.1.3	<i>Leverage</i>	72
3.5.2	Variabel Mediasi (<i>intervening</i>).....	72
3.5.2.1	<i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	72
3.5.3	Variabel Dependen.....	73
3.5.3.1	Nilai Pasar Perusahaan.....	73
3.6	Teknik Analisis Data.....	76
3.6.1	Analisis Statistik Deskriptif.....	77
3.6.2	Uji Normalitas Data.....	78
3.6.3	Uji Asumsi Klasik.....	78
3.6.3.1	Uji Multikolonieritas.....	78
3.6.3.2	Uji Heteroskedastisitas.....	79
3.6.3.3	Uji Autokorelasi.....	79
3.7	Analisis Linear Berganda.....	80
3.8	Pengujian Hipotesis.....	81
3.8.1	Uji Signifikan Simultan (Uji F).....	81
3.8.2	Uji Koefisien Regresi Parsial (T-test).....	82
3.8.3	Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	82
3.8.4	Analisis Jalur (<i>Path Analisis</i>).....	83

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....

4.1	Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.....	85
4.2	Teknik Analisis Data.....	86
4.2.1	Analisis Statistik Deskriptif.....	86
1.	Statistik Deskriptif Ukuran Perusahaan.....	86
2.	Statistik Deskriptif Profitabilitas.....	87

3. Statistik Deskriptif <i>Leverage</i>	88
4. Statistik Deskriptif CSR.....	89
5. Statistik Deskriptif Nilai Pasar Perusahaan	90
4.3 Uji Normalitas.....	90
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	92
4.4.1 Uji Multikolonieritas.....	92
4.4.2 Uji Heteroskedastisitas.....	94
4.4.3 Uji Autokorelasi.....	96
4.5 Analisis Linear Berganda.....	99
4.6 Analisis Linear Sederhana.....	101
4.7 Pengujian Hipotesis.....	103
4.7.1 Uji Signifikan Simultan (Uji F)	103
4.7.2 Uji Koefisien Regresi Parsial (T-test)	105
4.7.3 Uji Koefisien Determinasi (R ²)	109
4.7.4 Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	110
4.8 Pembahasan dan Implementasi Hasil Penelitian.....	115
4.8.1 Pengaruh Secara Simultan.....	115
4.8.2 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap CSR.....	115
4.8.3 Pengaruh Profitabilitas Terhadap CSR	117
4.8.4 Pengaruh <i>Leverage</i> Terhadap CSR	119
4.8.5 Pengaruh CSR Terhadap Nilai Pasar Perusahaan ..	120
4.9 Temuan Hasil Penelitian	122
4.10 Keterbatasan Penelitian.....	124
BAB V PENUTUP.....	
5.1 Kesimpulan	125
5.2 Saran.....	126
DAFTAR PUSTAKA	128
LAMPIRAN.....	