

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI .....	iii
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT.....	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	v
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	vi
<i>ABSTRACT</i> .....	vii
ABSTRAK .....	viii
INTISARI .....	ix
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	x
KATA PENGANTAR .....	xi
DAFTAR ISI .....	xiii
DAFTAR TABEL .....	xvii
DAFTAR GAMBAR .....	xviii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1	<i>Grand Theory</i> .....	10
2.1.1	<i>Stakeholder Theory</i> .....	10
2.1.2	<i>Shariah Enterprise Theory</i> .....	11
2.2	Variabel – variabel penelitian.....	13
2.2.1	Kinerja Keuangan.....	13
2.2.2	Reputasi Perusahaan.....	19
2.2.3	<i>Islamic Corporate Social Responsibility</i> .....	21
2.3	Penelitian Terdahulu.....	24
2.4	Kerangka Pemikiran Teoritis dan Pengembangan Hipotesis.....	28
2.4.1	Pengaruh <i>Islamic corporate social responsibility</i> terhadap reputasi perusahaan .....	28
2.4.2	Pengaruh <i>Islamic corporate social responsibility</i> terhadap kinerja keuangan .....	29
2.5	Kerangka Penelitian .....	30

## BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Jenis Penelitian .....	32
3.2	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	32
3.3	Populasi dan Sampel .....	47
3.4	Jenis dan Sumber Data .....	48
3.5	Metode Pengumpulan Data.....	48
3.6	Metode Analisis Data.....	48

3.6.1 Analisis Deskriptif.....	49
3.6.2 Uji Asumsi Klasik.....	49
3.6.2.1 Uji Normalitas.....	49
3.6.2.2 Uji Autokorelasi.....	51
3.6.2.3 Uji Heteroskedastisitas.....	51
3.6.3 Regresi sederhana.....	52
3.6.4 Uji Statistik F.....	53
3.6.5 Uji Koefisien Determinasi.....	54
3.6.6 Uji Statistik t.....	55
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Deskripsi Obyek Penelitian.....	57
4.1.1 Gambaran penentuan sampel.....	57
4.1.2 Analisis deskriptif variabel.....	58
4.2 Uji asumsi klasik.....	63
4.3 Regresi sederhana.....	66
4.3.1 Persamaan Regresi.....	66
4.3.2 Pengujian hipotesis.....	69
4.4 Pembahasan.....	75
4.4.1 Pengaruh <i>Islamic corporate social responsibility</i> terhadap reputasi perusahaan.....	75
4.4.2 Pengaruh <i>Islamic corporate social responsibility</i> terhadap kinerja keuangan (ROA).....	76

4.4.3 Pengaruh <i>Islamic corporate social responsibility</i> terhadap kinerja keuangan (ROE).....	77
4.4.4 Pengaruh <i>Islamic corporate social responsibility</i> terhadap kinerja keuangan (GPM).....	78
4.4.5 Pengaruh <i>Islamic corporate social responsibility</i> terhadap kinerja keuangan (NPM).....	79
<b>BAB V PENUTUP</b>	
5.1 Kesimpulan .....	81
5.2 Saran.....	82
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	83
5.4 Agenda Penelitian Selanjutnya .....	84
DAFTAR PUSTAKA .....	85
LAMPIRAN.....	88

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
2.1 Penelitian Terdahulu .....	24
3.1 Indeks ISR .....	34
3.2 Indeks GRI .....	38
3.3 Definisi Operasional Variabel .....	44
4.1. Kriteria Penentuan Sampel .....	57
4.2. Statistik Deskriptif Variabel .....	58
4.3. Uji Normalitas Data .....	64
4.4. Uji Autokorelasi .....	64
4.5. Uji Heteroskedastisitas .....	65
4.6. Persamaan Regresi .....	66

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Kerangka Penelitian .....	30