

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN SKRIPSI	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
INTISARI	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.4.1 Manfaat Teoritis	9
1.4.2 Manfaat Praktis	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10

2.1 Teori Legitimasi	10
2.2 Teori <i>Stakeholder</i>	10
2.3 <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	12
2.4 Profitabilitas	14
2.5 <i>Leverage</i>	15
2.6 Ukuran Perusahaan (<i>Firm Size</i>)	17
2.7 Nilai Perusahaan (<i>Firm Value</i>)	18
2.8 <i>Earning Response Coefficient</i> (ERC)	20
2.9 Penelitian Terdahulu	22
2.10 Kerangka Pemikiran Teoritis dan Pengembangan Hipotesis	34
2.10.1 Hubungan antara Profitabilitas dengan <i>Corporate</i> <i>Social Responsibility</i> (CSR)	34
2.10.2 Hubungan antara <i>Leverage</i> dengan <i>Corporate</i> <i>Social Responsibility</i> (CSR)	35
2.10.3 Hubungan antara Ukuran Perusahaan (<i>Firm Size</i>) dengan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	35
2.10.4 Hubungan antara <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) dengan Nilai Perusahaan (<i>Firm Value</i>)	36
2.10.5 Hubungan antara <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) dengan <i>Earning Response Coefficient</i> (ERC)	36
2.11 Kerangka Penelitian	37
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	38

3.1 Jenis Penelitian	38
3.2 Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel	38
3.3 Jenis dan Sumber Data	39
3.4 Metode Pengumpulan Data	39
3.5 Variabel Penelitian	40
3.6 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	41
3.7 Teknik Analisis	45
3.7.1 Penilaian Model Fit	45
3.7.2 Uji Normalitas	48
3.7.3 Alat Analisis	49
3.7.4 Pengujian Hipotesis	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	53
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	53
4.2 Statistik Deskriptif	54
4.3 Penilaian Model Fit (<i>Overall Model Fit Test</i>)	55
4.4 Uji Normalitas.....	65
4.5 Pengujian Hipotesis (Uji t)	67
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian	72
4.6.1 Pengaruh Profitabilitas Terhadap CSR	72
4.6.2 Pengaruh <i>Leverage</i> Terhadap CSR	73
4.6.3 Pengaruh <i>Firm Size</i> Terhadap CSR	74
4.6.4 Pengaruh CSR Terhadap <i>Firm Value</i>	75

4.6.5 Pengaruh CSR Terhadap ERC	76
4.7 Pembahasan Tambahan Model	77
4.7.1 Pengaruh Profitabilitas dengan <i>Firm Value</i>	77
4.7.2 Pengaruh <i>Leverage</i> dengan <i>Firm Value</i>	79
BAB V PENUTUP	81
5.1 Kesimpulan	81
5.2 Keterbatasan Penelitian	82
5.3 Saran	82
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN-LAMPIRAN	88