

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN	
PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN .....	iii
PERNYATAAN ORIGINALITAS SKRIPSI .....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
ABSTRAK .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	10
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	10
1.3.2 Kegunaan Penelitian .....	10
1.3.4 Sistematika Penulisan .....	12
BAB II.....	14
TINJAUAN PUSTAKA .....	14
2.1 Landasan Teori dan Penelitian terdahulu .....	14
2.1.1 Teori Pemangku Kepentingan ( <i>Stakeholder Theory</i> ) .....	14
2.1.2 Teori Legitimasi .....	16
2.1.3 <i>Signaling Theory</i> .....	17
2.1.4 Kreditur.....	18
2.1.5 Konsumen .....	19
2.1.6 Media Massa.....	20
2.1.7 Tanggung Jawab Sosial Perusahaan .....	21
2.1.8 Kinerja Perusahaan .....	22
2.2 Penelitian Terdahulu.....	23

2.3 Kerangka Pemikiran .....	35
2.4 Hipotesis Penelitian .....	36
2.4.1 Tekanan kreditur memengaruhi Kinerja Perusahaan .....	36
2.4.2 Tekanan media massa memengaruhi Kinerja Perusahaan .....	37
2.4.3 Tekanan kedekatan konsumen memengaruhi Kinerja Perusahaan ....	38
2.4.4 Tekanan Kreditur memengaruhi pengungkapan CSR perusahaan.....	39
2.4.5 Tekanan media massa memengaruhi pengungkapan CSR perusahaan..	40
2.4.6 Tekanan Konsumen memengaruhi pengungkapan CSR perusahaan .	40
2.4.7 Pengungkapan CSR mempengaruhi kinerja perusahaan.....	41
2.4.8 Pengungkapan CSR memediasi pengaruh tekanan kreditur terhadap	
kinerja perusahaan .....	42
2.4.9 Pengungkapan CSR memediasi pengaruh tekanan media massa	
terhadap kinerja perusahaan .....	43
2.4.10 Pengungkapan CSR memediasi pengaruh tekanan kedekatan	
konsumen terhadap kinerja perusahaan .....	44
<b>BAB III .....</b>	<b>46</b>
<b>METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>46</b>
3.1 Variabel Penelitian .....	46
3.1.1 Variabel Dependen .....	46
3.1.2 Variabel Independen .....	47
3.1.3 Variabel Mediasi.....	49
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian .....	49
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	50
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	50
3.5 Metode Analisis Data .....	50
3.5.1. Analisis Deskriptif .....	50
3.5.2. Uji Asumsi Klasik .....	51
3.5.3 Uji Hipotesis .....	52
<b>BAB IV .....</b>	<b>55</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>55</b>
4.1 Deskripsi dan Objek Penelitian .....	55
4.2 Analisis Data .....	56
4.2.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	56
4.2.2 Uji Asumsi Klasik .....	57

4.2.3 Analisis Regresi Linear Berganda .....	60
4.2.4 Uji Hipotesis .....	60
4.3 Interpretasi Hasil .....	67
4.3.1 Pengaruh Kreditur terhadap Kinerja Perusahaan .....	68
4.3.2 Pengaruh Media massa terhadap Kinerja Perusahaan.....	69
4.3.3 Pengaruh Kedekatan Konsumen terhadap Kinerja Perusahaan .....	70
4.3.4 Pengaruh Kreditur terhadap CSR.....	71
4.3.5 Pengaruh Media massa terhadap CSR .....	72
4.3.6 Pengaruh Kedekatan konsumen terhadap CSR.....	73
4.3.7 Pengaruh CSR terhadap Kinerja Perusahaan .....	75
4.3.8 Pengaruh kreditur terhadap Kinerja Perusahaan dengan mediasi CSR..	76
.....	
4.3.9 Pengaruh media massa terhadap Kinerja Perusahaan dengan mediasi CSR .....	77
4.3.10Pengaruh kedekatan konsumen terhadap Kinerja Perusahaan dengan mediasi CSR .....	78
BAB V.....	80
PENUTUP.....	80
5.1 Kesimpulan.....	80
5.2 Keterbatasan .....	81
5.3 Saran.....	82