

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SERTIFIKASI.....	ii
PENGESAHAN TESIS.....	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	18
1.3 Tujuan Penelitian.....	19
1.4 Manfaat Penelitian.....	19
1.4.1 Manfaat Teoritis	19
1.4.2 Manfaat Praktis	19
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	20
2.1 Landasan Teori	20
2.1.1 Teori Legitimasi.....	20
2.1.2 <i>Signalling Theory</i>	22
2.1.3 Theory Upper Echelon	24
2.2 Nilai Perusahaan	26
2.3 CEO Narcism	27
2.4 <i>Corporate social responsibility (CSR)</i>	32
2.5 <i>Profitabilitas</i>	35
2.6 Likuiditas	40
2.7 Penelitian Terdahulu	41

2.8	Perbedaan dan Persamaan Penelitian	46
2.9	Pengaruh antar Variabel.....	47
2.9.1	Pengaruh CEO Narcism terhadap Nilai Perusahaan	47
2.9.2	Pengaruh <i>Corporate social responsibility</i> terhadap Nilai Perusahaan.....	49
2.9.3	Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan	52
2.9.4	Pengaruh Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan.....	54
2.10	Perumusan Hipotesis	55
2.11	Kerangka Pemikiran Teoritis	56
 BAB III METODE PENELITIAN		59
3.1	Jenis Penelitian.....	59
3.2	Populasi dan Sampel Penelitian.....	59
3.3	Metode Pengumpulan Data.....	60
3.4	Definisi Operasional Variabel.....	60
3.5	Teknik Analisis Data.....	65
3.5.1	Analisis Deskriptif	65
3.5.2	Pengujian Asumsi Klasik	65
3.5.3	Persamaan Regresi Linier	68
3.5.4	Uji Keباikan Model	69
3.5.5	Pengujian Hipotesis	70
 BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....		72
4.1	Statistik Deskriptif	72
4.2	Analisis Data.....	74
4.2.1	Uji Asumsi Klasik	74
4.3	Analisis Regresi Berganda	79
4.4	Pembahasan.....	84
4.4.1	Pembahasan Hipotesis 1.....	84
4.4.2	Pembahasan Hipotesis 2.....	86
4.4.3	Pembahasan Hipotesis 3.....	87

4.4.4	Pembahasan Hipotesis 4.....	87
BAB V	KESIMPULAN DAN IMPLIKASI KEBIJAKAN	89
5.1	Kesimpulan.....	89
5.2	Implikasi Kebijakan	90
5.3	Keterbatasan Penelitian	91
5.4	Agenda Penelitian Mendatang.....	92
	DAFTAR PUSTAKA	93
	LAMPIRAN.....	96