

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERSETUJUAN SKRIPSI.....</b>	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1    Latar Belakang .....	1
1.2    Rumusan Masalah .....	6
1.3    Tujuan Penelitian.....	7
1.4    Manfaat Penelitian.....	7
1.5    Sistematika Penulisan.....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>10</b>
2.1    Landasan Teori .....	10
2.1.1    Teori <i>Stakeholder (Stakeholder Theory)</i> .....	10
2.1.2    Teori Legitimasi ( <i>Legitimacy Theory</i> ) .....	11
2.1.3 <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	13

2.1.4	Kesadaran Pelanggan dan CSR.....	14
2.1.5	Nilai Perusahaan.....	16
2.2	Penelitian Terdahulu.....	17
2.3	Kerangka Pemikiran .....	22
2.4	Hipotesis.....	23
2.4.1	Pengaruh kesadaran pelanggan terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan .....	23
2.4.2	Pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan .....	24
BAB III METODE PENELITIAN.....		26
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	26
3.1.1	Variabel Dependen .....	26
3.1.2	Variabel Independen .....	27
3.1.3	Variabel Kontrol .....	29
3.2	Populasi dan Sampel .....	30
3.3	Jenis dan Sumber Data .....	32
3.4	Metode Pengumpulan Data .....	32
3.5	Metode Analisis Data.....	32
3.5.1	Uji Statistik Deskriptif.....	33
3.5.2	Uji Asumsi Klasik.....	33
3.5.2.1	Uji Normalitas .....	33
3.5.2.2	Uji Heteroskedastisitas .....	34
3.5.2.3	Uji Multikolonieritas .....	34
3.5.3	Analisis Regresi .....	35
3.5.4	Uji Hipotesis .....	36
3.5.4.1	Uji Signifikansi Simultan (Uji F) .....	37

3.5.4.2	Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	37
3.5.4.3	Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t) .....	38
BAB VI ANALISA DAN PEMBAHASAN.....		40
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	40
4.2	Analisis Data .....	42
4.2.1	Analisis Statistik Deskriptif .....	43
4.2.2	Analisis Asumsi Klasik.....	46
4.2.2.1	Uji Normalitas .....	46
4.2.2.2	Uji Heteroskedastisitas .....	51
4.2.2.3	Uji Multikolonieritas .....	54
4.2.3	Analisis Uji Hipotesis .....	55
4.2.3.1	Uji Signifikansi Simultan (Uji F) .....	55
4.2.3.2	Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	57
4.2.3.3	Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t) .....	58
4.3	Analisis Regresi .....	60
4.4	Interpretasi Hasil .....	64
4.4.1	Pengaruh Kesadaran pelanggan terhadap Pengungkapan CSR .....	65
4.4.2	Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan .....	66
BAB V PENUTUP.....		68
5.1	Simpulan .....	68
5.2	Keterbatasan .....	69
5.3	Saran.....	70
DAFTAR PUSTAKA .....		71
LAMPIRAN.....		74