

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	2
1.1 Latar Belakang	2
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.5 Sistematika Penulisan.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Penelitian Terdahulu.....	14
2.1.1 Penelitian Tentang Value Relevance.....	14
2.1.2 Penelitian tentang ESG dan Value Relevance.....	15
2.1.3 Penelitian Tentang GCG dan Nilai Perusahaan	17
2.2 Kerangka Konsep	18
2.2.1 Value Relevance	18
2.2.2 Environmental, Social, Governance (ESG).....	18
2.2.3 Good Corporate Governance (GCG).....	19
2.2.4 Ukuran Perusahaan	20
2.3 Teori	21
2.3.1 Teori Sinyal (Signaling Theory)	21
2.3.2 Teori Stakeholder (Agency Theory)	22

2.3.3 Teori Peningkatan Nilai (Value Enhancement Theory)	22
2.4 Kerangka Berfikir	23
2.4.1 Pengaruh ESG Terhadap Value Relevance	23
2.4.2 Pengaruh GCG terhadap Value Relevance	25
2.4.3 Peran Moderasi Ukuran Perusahaan	26
2.4.4 Model Konseptual Penelitian	28
BAB III METODE PENELITIAN	29
3.1 Pendekatan Penelitian	29
3.1.1 Objek Penelitian	29
3.1.2 Desain Penelitian	29
3.2 Operasional Variabel	30
3.2.1 Variabel Dependen	30
3.2.2 Variabel Independen	32
3.2.3 Variabel Moderasi	36
3.2.4 Operasional Variabel	37
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	39
3.3.1 Populasi	39
3.3.2 Sampel Penelitian	42
3.4 Teknik Pengumpulan Data	46
3.5 Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	47
3.5.1 Teknik Analisis data	47
3.5.2 Uji Asumsi Klasik	48
3.5.3 Uji Pengujian Hipotesis	50
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	53
4.1 Hasil Penelitian	53

4.1.1	Gambaran umum subjek penelitian	53
4.1.2	Analisis statistik deskriptif.....	55
4.1.3	Analisis data panel.....	68
4.1.4	Hasil uji asumsi klasik.....	72
4.1.5	Persamaan regresi data panel.....	76
4.1.6	Pengujian hipotesis	79
4.2	Pembahasan	85
4.2.1	Pengaruh Pengungkapan ESG Terhadap <i>Value Relevance</i>	85
4.2.2	Pengaruh Pengungkapan GCG Terhadap <i>Value Relevance</i>	87
4.2.3	Peran Moderasi Ukuran Perusahaan Pada Hubungan ESG Terhadap <i>Value Relevance</i>	88
4.2.4	Peran Moderasi Ukuran Perusahaan pada Hubungan GCG terhadap <i>Value Relevance</i>	89
BAB V	PENUTUP	91
5.1	Kesimpulan.....	91
5.2	Keterbatasan Penelitian	93
5.3	Saran.....	94
DAFTAR PUSTAKA	96
LAMPIRAN	100