

DAFTAR ISI

PENGARUH PENGUNGKAPAN LINGKUNGAN TERHADAP <i>MARKET VALUE</i> PERUSAHAAN DENGAN <i>CORPORATE GOVERNANCE</i> SEBAGAI VARIABEL MODERASI.....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
ABSTRACT.....	v
ABSTRAK	vi
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	6
1.4 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II.....	9
TELAAH PUSTAKA.....	9
2.1 Landasan Teori dan Penelitian Terdahulu.....	9
2.1.1 <i>Stakeholder Theory</i>	9
2.1.2 <i>Market Value</i> sebagai Ukuran Kinerja Berbasis Pasar	10
2.1.3 Pengungkapan Lingkungan	11
2.1.4 Teori Agensi.....	14
2.1.5 Corporate Governance	17
2.2 Penelitian Terdahulu	20
2.3 Kerangka Pemikiran	24
2.4 Hipotesis.....	25
2.3.1 Pengungkapan Lingkungan dan <i>Market Value</i>	25

2.3.2	<i>Corporate Governance, Pengungkapan Lingkungan, Market Value</i> ...	29
BAB III		33
METODE PENELITIAN		33
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	33
3.1.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	33
3.1.2	Variabel Dependen : <i>Market Value</i>	33
3.1.3	Variabel Independen	34
3.1.4	Variabel Moderasi	36
3.1.5	Variabel Kontrol	37
3.2	Populasi dan Sampel	37
3.3	Jenis dan Sumber Data	38
3.4	Metode Pengumpulan Data	39
3.5	Metode Analisis	40
3.5.1	Analisis Statistik deskriptif	41
3.5.2	Uji Asumsi Klasik	41
BAB IV		51
HASIL DAN ANALISIS		51
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	51
4.2	Analisis Data	52
4.2.1	Analisis Statistik Deskriptif	52
4.2.2	Uji Asumsi Klasik	54
4.2.3	Pengujian hipotesis	57
4.3	Interpretasi Hasil	67
4.3.1	Interpretasi Hasil Pengujian Hipotesis 1	68
4.3.2	Interpretasi Hasil Pengujian Hipotesis 2	70
4.3.3	Interpretasi Hasil Pengujian Hipotesis 3	71
BAB V		73
PENUTUP		73
5.1	Simpulan	73
5.2	Keterbatasan	74
5.3	Saran	74
DAFTAR PUSTAKA		76
LAMPIRAN		81