

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINILITAS SKRIPSI.....	iv
ABSTRACT	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	11
1.3.1 Tujuan Penelitian	11
1.3.2 Kegunaan Penelitian	11
1.4 Sistematika Penulisan	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Landasan Teori.....	14
2.1.1 Teori Agensi (<i>Agency Theory</i>).....	14
2.1.2 <i>Legitimacy Theory</i>	16
2.1.3 <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	18
2.1.4 Pengungkapan Sosial dalam Laporan Tahunan	21
2.1.5 Nilai Perusahaan	24
2.1.6 Kepemilikan Manajemen	26
2.1.7 Kepemilikan Institusional	27
2.2 Penelitian Terdahulu dan Pengembangan Hipotesis	29
BAB III METODE PENELITIAN	37
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	37
3.1.1 Variabel Penelitian	37
3.1.2 Definisi Operasional.....	37
3.1.2.1 Variabel Terikat	37
3.1.2.2 Variabel Bebas	38
3.2 Populasi dan Sampel	40
3.3 Jenis dan Sumber Data	40
3.4 Metode Pengumpulan Data	41
3.5 Metode Analisis	41
3.5.1 Uji Statistik Deskriptif	41
3.5.2 Uji Asumsi Klasik.....	41
3.5.2.1 Uji Normalitas	42
3.5.2.2 Uji Multikolinearitas	42
3.5.2.3 Uji Autokorelasi	43

	3.5.2.4 Uji Heteroskedastisitas	44
	3.5.3 Uji Hipotesis	44
	3.5.3.1 Analisis Regresi Linear Berganda	44
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	47
4.1	Deskriptif Objek Penelitian	47
4.2	Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	48
4.2.1	Statistik Deskriptif.....	48
4.2.2	Uji Asumsi Klasik	49
4.2.2.1	Uji Normalitas Data	49
4.2.2.2	Uji Multikolinearitas	52
4.2.2.3	Uji Heteroskedastisitas.....	53
4.2.2.4	Uji Autokorelasi	53
4.2.3	Hasil Uji Hipotesis	54
4.2.3.1	Analisis Regresi Berganda	54
4.3	Interpretasi Hasil	58
BAB V	PENUTUP	64
5.1	Kesimpulan.....	64
5.2	Keterbatasan Penelitian	65
5.3	Saran	66
	DAFTAR PUSTAKA	67
	LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	72