

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT.....	vi
MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Batasan Penelitian.....	5
1.5 Manfaat Penelitian.....	6
1.6 Sistematika Pembahasan.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Tinjauan Teori	9
2.1.1 Teori Legitimasi	9
2.1.2 Teori <i>Stakeholders</i>	9
2.1.3 Teori <i>Signalling</i>	10
2.1.4 <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	11
2.1.5 Profitabilitas.....	12
2.1.6 <i>Leverage</i>	12
2.1.7 Ukuran Perusahaan	13

2.1.8	Kepemilikan Institusional.....	14
2.2	Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	15
2.3	Kerangka Konseptual	17
2.4	Hipotesis Penelitian	18
2.4.1	Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility	18
2.4.2	Pengaruh <i>Leverage</i> Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility	18
2.4.3	Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	19
2.4.4	Pengaruh Kepemilikan Institusional Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	20
BAB III METODA PENELITIAN		22
3.1	Rancangan Penelitian	22
3.2	Populasi dan Sampel Penelitian.....	22
3.3	Variabel Penelitian	23
3.3.1	Jenis Variabel	23
3.3.2	Definisi Operasional Variabel	24
3.4	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	26
3.5	Metode Pengambilan Data.....	26
3.6	Model dan Teknik Analisis Data.....	26
3.6.1	Statistik Deskriptif.....	26
3.6.2	Uji Normalitas	27
3.6.3	Uji Asumsi Klasik	27
3.6.4	Analisis Regresi Linear Berganda	29
BAB IV ANALISIS HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		31
4.1	Data Penelitian.....	31
4.2	Analisis dan Hasil Penelitian.....	32
4.2.1	Statistik Deskriptif.....	32
4.2.1	Uji Normalitas	35
4.2.2	Uji Asumsi Klasik	36
4.2.3	Analisis Linier Berganda	39
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian.....	45

4.3.1 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	45
4.3.2 Pengaruh <i>Leverage</i> Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	46
4.3.3 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	47
4.3.4 Pengaruh Kepemilikan Institusional Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	48
BAB V KESIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN.....	50
5.1 Kesimpulan.....	50
5.2 Keterbatasan	51
5.3 Saran	51
DAFTAR PUSTAKA	52
LAMPIRAN.....	54