

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI.....	iv
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	v
MOTTO.....	vi
ABSTRAK.....	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	ix
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Kontribusi Penelitian.....	7
1.6 Batasan Penelitian.....	8
BAB II KERANGKA KONSEPTUAL.....	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Teori Asimetri Informasi.....	9
2.1.2 <i>Corporate Social Responsibility</i>	10
2.1.3 <i>Investor Attention</i>	11
2.1.4 Nilai Perusahaan.....	12
2.2 Kerangka Konseptual.....	12
2.3 Tinjauan Pustaka.....	13
2.4 Penelitian Terdahulu.....	17
2.5 Pengembangan Hipotesis.....	17

BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	21
3.1 Rancangan Penelitian	21
3.2 Populasi dan Sampel	21
3.3 Variabel dan Definisi Operasional Variabel	22
3.3.1. Variabel Dependen (Y)	22
3.3.2. Variabel Independen (X).....	22
3.4 Teknik Pengumpulan Data	25
3.5 Teknik Analisis Data.....	26
3.5.1. Pengujian Statistik Deskriptif.....	26
3.5.2. Uji Normalitas	26
3.5.3. Uji Multikolinearitas	26
3.5.4. Uji Heteroskedastisitas.....	26
3.5.5. Uji Autokorelasi	27
3.5.6. Uji Regresi Linear Berganda.....	27
3.5.7. Uji t atau Uji Parsial	28
3.5.8. Uji F atau Uji Simultan	28
3.5.9. Uji Koefisiensi Determinasi	28
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	29
4.1. Deskripsi Data	29
4.2. Pengujian Hipotesis.....	30
4.2.1. Analisis Statistik Deskriptif	30
4.2.2. Uji Normalitas	34
4.2.3. Uji Multikolinearitas	35
4.2.4. Uji Heteroskedastisitas.....	36
4.2.5. Uji Autokorelasi	38
4.2.6. Uji Regresi Linear Berganda.....	39
4.2.7. Uji t atau Uji Parsial	41
4.2.8. Uji F atau Uji Simultan	43
4.2.9. Uji Koefisien Determinasi.....	44
4.3. Pembahasan	44
4.3.1. Pengaruh CSR Ekonomi terhadap Nilai Perusahaan	44
4.3.2. Pengaruh CSR Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan	45

4.3.3.	Pengaruh CSR Sosial terhadap Nilai Perusahaan	46
4.3.4.	Pengaruh <i>Investor Attention</i> terhadap Nilai Perusahaan	47
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		49
5.1.	Kesimpulan.....	49
5.2.	Keterbatasan.....	50
5.3.	Saran.....	50
DAFTAR PUSTAKA		52
LAMPIRAN.....		54