

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	10
1.3 Batasan Masalah	10
1.4 Rumusan Masalah.....	11
1.5 Tujuan Penelitian	12
1.6 Manfaat Penelitian	13
BAB II.....	14
KAJIAN PUSTAKA.....	14
2.1 Kerangka Teoritis	14
2.1.1 Teori Keagenan (<i>Aghency Theory</i>)	14
2.1.2 Teori Legitimasi.....	15
2.1.3 Teori <i>Stakeholder</i>	16
2.1.4 <i>Corporate Social Responsibility</i>	17
2.1.4.1 Pengertian <i>Corporate Social Responsibility</i>	17
2.1.4.2 Sejarah Perkembangan <i>Corporate Social Responsibility</i>	18
2.1.4.3 Prinsip-prinsip <i>Corporate Social Responsibility</i>	19
2.1.4.4 Manfaat Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	20
2.1.4.5 Indikator Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	21
2.1.5 Kepemilikan Manajerial	23
2.1.6 Kepemilikan Institusional	24
2.1.7 Ukuran Perusahaan	24
2.1.8 <i>Leverage</i>	25

2.1.9 Profitabilitas	26
2.2 Penelitian Terdahulu.....	27
2.3 Kerangka Berpikir	31
2.3.1 Pengaruh Kepemilikan Manajerial terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i>	31
2.3.2 Pengaruh Kepemilikan Institusional terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i>	32
2.3.3 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i>	32
2.3.4 Pengaruh <i>Leverage</i> terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i>	33
2.3.5 Pengaruh Profitabilitas terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i>	34
2.3.6 Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Ukuran Perusahaan, <i>Leverage</i> , dan Profitabilitas terhadap pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	35
2.4 Hipotesis	36
BAB III	38
METODE PENELITIAN.....	38
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	38
3.2 Populasi dan Sampel.....	38
3.2.1 Populasi	38
3.2.2 Sampel	38
3.3 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	39
3.3.1 Variabel Penelitian	39
3.3.2 Definisi Operasional	40
3.3.2.1 <i>Corporate Social Responsibility</i>	40
3.3.2.2 Kepemilikan Manajerial.....	41
3.3.2.3 Kepemilikan Institusional	41
3.3.2.4 Ukuran Perusahaan.....	42
3.3.2.5 <i>Leverage</i>	43
3.3.2.6 Profitabilitas	43
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.5 Teknik analisis data	44
3.5.1 Uji Asumsi Klasik	44
3.5.1.1 Uji Normalitas.....	45

3.5.1.2 Uji Multikolinearitas	45
3.5.1.3 Uji Heteroskedastisitas	45
3.5.1.4 Uji Autokolerasi.....	46
3.5.2 Persamaan Regresi Linier Berganda	46
3.5.3 Pengujian Hipotesis	47
3.5.3.1 Uji Statistik T (Uji Signifikan Parameter Individual).....	47
3.5.3.2 Uji Statistik F (Uji Signifikansi Simultan)	49
3.5.3.3 Koefisien Determinasi (R^2).....	50
BAB IV	51
HASIL PENELITIAN.....	51
4.1 Hasil Penelitian	51
4.1.1 Gambaran Umum Penelitian.....	51
4.1.2 Analisis Data	53
4.1.2.1 Uji Asumsi Klasik.....	53
4.1.3 Analisis Regresi Berganda	60
4.1.4 Uji Hipotesis	62
4.1.4.1 Uji Parsial (Uji Statistik T)	62
4.1.4.2 Uji Simultan (Uji Statistik F).....	65
4.1.4.3 Koefisien Determinasi (R^2)	66
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian	67
4.2.1 Pengaruh Kepemilikan Manajerial terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i>	67
4.2.2 Pengaruh Kepemilikan Institusional terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i>	68
4.2.3 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i>	69
4.2.4 Pengaruh <i>Leverage</i> terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i>	70
4.2.5 Pengaruh Profitabilitas terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i>	70
4.2.6 Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Ukuran Perusahaan, <i>Leverage</i> , dan Profitabilitas terhadap pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	72
BAB V	73
KESIMPULAN DAN SARAN	73

5.1 Kesimpulan	73
5.2 Saran	74
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN	



THE
Character Building
UNIVERSITY