

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>8</b>
<i>Corporate Social Responsibility dan Firm Performance</i> .....	8
<i>Brand Equity sebagai variabel mediasi pada pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Firm Performance</i> .....	10
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>13</b>
Pendekatan Penelitian.....	13
Definisi Operasional Variable.....	13
<i>Corporate Social Responsibility</i> .....	13
<i>Brand Equity</i> .....	13
<i>Firm Performance</i> .....	14
Jenis dan Sumber Data.....	14
Teknik Analisis.....	15
<i>Partial Least Square</i> .....	15
Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	15
Pengukuran Inner Model.....	15
Uji Model Fit.....	16
Uji Hipotesis.....	16
Pengujian Pengaruh Langsung.....	16

Pengujian Pengaruh Tidak Langsung.....	16
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>18</b>
Gambaran Umum Penelitian.....	18
Deskripsi Statistik dan Pembahasan Variabel Penelitian.....	19
Deskripsi Hasil Penelitian.....	20
Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	20
Uji Reliabilitas.....	21
Hasil Uji Inner Model.....	22
Hasil Uji Model <i>Fit</i> .....	23
Pengujian Hipotesis.....	24
Pengujian Pengaruh Langsung.....	25
Pengujian Pengaruh Tidak Langsung.....	28
Pembahasan Hipotesis.....	30
<i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh positif terhadap <i>Firm Performance</i>	30
<i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh positif terhadap <i>Firm Performance</i> dengan <i>Brand Equity</i> sebagai Variable Mediasi.....	32
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>34</b>
Kesimpulan.....	34
Keterbatasan Penelitian.....	34
Saran.....	34
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>35</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 SK MENLH Tahun 2013.....	1
Tabel 4.1 Populasi dan Sampel.....	19
Tabel 4.2 <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> .....	20
Tabel 4.3 Hasil pengukuran <i>Discriminant Validity</i> .....	21
Tabel 4.4 Hasil Pengukuran <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i> .....	22
Tabel 4.5 Hasil Uji Inner Model.....	22
Tabel 4.6 Hasil Uji Model Fit.....	23
Tabel 4.7 Hasil Uji Hipotesis Pengaruh Langsung Sebelum Dimasukan Variabel Mediasi dan Pengaruh Tidak Langsung Setelah Dimasukan Variabel Mediasi.....	24
Tabel 4.8 Hasil Uji Hipotesis Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap <i>Firm Performance</i> .....	25
Tabel 4.9 Hasil Uji Hipotesis Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap <i>Brand Equity</i> .....	26
Tabel 4.10 Hasil Uji Hipotesis Pengaruh <i>Brand Equity</i> terhadap <i>Firm Performance</i> .....	27
Tabel 4.11 Hasil Uji Hipotesis Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap <i>Firm Performance</i> .....	27

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1.1 Tingkat Pengungkapan CSR di ASEAN.....</b>	<b>2</b>
<b>Gambar 3.1 Kerangka Konseptual.....</b>	<b>12</b>
<b>Gambar 4.1 Hasil Iterasi Terakhir.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>Gambar 4.2 Uji Pengaruh Langsung <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap <i>Firm Performance</i>.....</b>	<b>25</b>