

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISIONALITAS	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	3
1.5 Sistematika Penelitian	3
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori	5
2.1.1 Teori Sinyal.....	5
2.1.2 Pengertian dan Pengukuran <i>Corporate Social Responsibility</i>	6
2.1.3 Pengertian dan Pengukuran <i>Credit Rating</i>	8
2.1.4 Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap <i>Credit Rating</i> . 10	
2.1.5 Faktor-Faktor Lain yang Mempengaruhi.....	11
2.2 Penelitian Terdahulu	14
2.3 Hipotesis Penelitian	15
2.4 Model Analisis.....	15
2.5 Kerangka Berpikir	16
BAB 3 METODE PENELITIAN	
3.1 Pendekatan Penelitian	17
3.2 Identifikasi Variabel	17
3.3 Definisi Operasional Variabel	17
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	19

3.5	Metode Pengumpulan Data	19
3.6	Metode Penentuan Sampel	20
3.7	Teknik Analisis	20
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN		
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	23
4.2	Deskripsi Hasil Penelitian	23
4.3	Uji Asumsi Klasik	25
4.4	Analisis Model dan Uji Hipotesis	27
4.5	Pembahasan	29
4.5.1	Pengaruh CSR terhadap <i>Credit Rating</i>	29
4.5.2	Pengaruh Variabel Kontrol terhadap <i>Credit Rating</i>	29
4.5.2.1	Pengaruh <i>Interest Coverage</i> terhadap <i>Credit Rating</i>	29
4.5.2.2	Pengaruh <i>Leverage</i> terhadap <i>Credit Rating</i>	30
4.5.2.3	Pengaruh ROA terhadap <i>Credit Rating</i>	30
4.5.2.4	Pengaruh <i>Size</i> terhadap <i>Credit Rating</i>	30
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Simpulan	32
5.2	Saran	32
5.3	Keterbatasan Penelitian	33
DAFTAR PUSTAKA		34
LAMPIRAN		37