

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Sistematika Penelitian	9
BAB 2	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Teori Legitimasi	11
2.1.2 Teori Sinyal (Signalling Theory).....	12
2.1.3 Nilai Perusahaan.....	14
2.1.4 Corporate Social Responsibility (CSR).....	16
2.1.5 Intensitas Iklan (Advertising Intensity).....	19
2.2 Penelitian Terdahulu	22
2.3 Hipotesis Penelitian.....	29
2.3.1 Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) terhadap Nilai Perusahaan.....	29
2.3.2 Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) terhadap Nilai Perusahaan dengan Intensitas Iklan sebagai Variabel Moderasi.....	32
BAB 3	35
3.1 Jenis Penelitian	35
3.2 Identifikasi Variabel.....	35

3.3	Definisi Operasional Variabel	36
3.3.1	Nilai Perusahaan.....	36
3.3.2	Corporate Social Responsibility (CSR).....	37
3.3.3	Intensitas Iklan	38
3.3.4	Ukuran Perusahaan (Size)	39
3.3.5	Profitabilitas.....	39
3.3.6	Umur Perusahaan.....	40
3.4	Ruang Lingkup Penelitian.....	40
3.5	Populasi dan Sampel Penelitian.....	41
3.5.1	Populasi	41
3.5.2	Sampel.....	41
3.6	Prosedur Pengumpulan Data	42
3.7	Jenis dan Sumber Data	43
3.8	Teknik Analisis dan Pengujian Hipotesis	43
3.8.1	Analisis Deskriptif	44
3.8.2	Uji Asumsi Klasik	44
3.8.3	Uji Hipotesis	46
BAB 4	51
4.1	Gambaran Umum Subjek dan Objek Penelitian	51
4.2	Analisis Deskriptif	51
4.3	Uji Asumsi Klasik.....	55
4.3.1	Uji Normalitas	55
4.3.2	Uji Multikolinieritas	57
4.3.3	Uji Heterokedastisitas	58
4.4	Pengujian Hipotesis.....	59
4.5	Pembahasan Hasil Penelitian.....	63
4.5.1	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Nilai Perusahaan....	63
4.5.2	Intensitas Iklan memperkuat pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Nilai Perusahaan	67
BAB 5	70
5.1	Kesimpulan	70
5.2	Implikasi Penelitian.....	71

5.2.1	Implikasi Manajerial	71
5.2.2	Implikasi Akademis	71
5.3	Keterbatasan Penelitian	71
5.4	Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA		73

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Kriteria Pemilihan Sampel	42
Tabel 4. 1 Data Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	52
Tabel 4. 2 Descriptive Statistics CSR.....	53
Tabel 4. 3 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov	56
Tabel 4. 4 Hasil Uji Multikolinieritas.....	57
Tabel 4. 5 Hasil Uji Heterokedastisitas	58
Tabel 4. 6 Hasil Uji Regresi Linier	59
Tabel 4. 7 Hasil Uji F.....	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual28

Gambar 3. 1 Identifikasi Pemodelan Hubungan Moderasi49

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Uji Regresi.....	77
Lampiran 2 Indikator GRI 4.....	86