

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI.....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPS	ii
PENGESAHAN MUNAQOSYAH.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Sistematika Penulisan	9
BAB II LANDASAN TEORI.....	11
A. Deskripsi Teori.....	11
1. <i>Agency Theory</i>	11
2. <i>Legitimacy Theory</i>	12
3. <i>Islamic Corporate Governance</i>	14
4. <i>Islamic Social Reporting</i>	18
5. Nilai Perusahaan	25
6. Kinerja Keuangan	26
B. Penelitian Terdahulu.....	28
C. Kerangka Berfikir.....	32
D. Hipotesis Penelitian.....	33
1. Pengaruh <i>Islamic Corporate Governance</i> terhadap nilai perusahaan	33
2. Pengaruh <i>Islamic Social Reporting</i> terhadap nilai perusahaan	34
3. Pengaruh <i>Islamic Corporate Governance</i> terhadap nilai perusahaan dengan kinerja keuangan sebagai <i>variable moderating</i>	35
4. Pengaruh <i>Islamic Social Reporting</i> terhadap nilai perusahaan dengan kinerja keuangan sebagai <i>variable moderating</i>	35

BAB III METODE PENELITIAN	37
A. Jenis dan Pendekatan	37
B. Sumber Data.....	38
C. Setting Penelitian.....	38
D. Populasi dan Sampel.....	39
E. Identifikasi Variabel Penelitian.....	41
F. Definisi Operasional Variabel.....	42
G. Teknik Pengumpulan Data.....	44
H. Metode Analisis Data	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	53
A. Hasil Penelitian	53
1. Gambaran Umum Objek Penelitian	53
2. Gambaran Umum Perusahaan Sampel	53
3. Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	63
4. Pemilihan Regresi Data Panel.....	65
5. Uji Asumsi Klasik	68
6. Analisis Regresi Data Panel.....	71
7. Uji <i>Moderated Regression Analysis</i> (MRA).....	72
8. Hasil Uji Hipotesis	74
B. Pembahasan Hasil Penelitian	77
a. Pengaruh <i>Islamic Corporate Governance</i> terhadap Nilai Perusahaan	77
b. Pengaruh <i>Islamic Social Reporting</i> terhadap Nilai Perusahaan	78
c. Pengaruh <i>Islamic Corporate Governance</i> terhadap nilai perusahaan dengan kinerja keuangan sebagai <i>variable moderating</i>	80
d. Pengaruh <i>Islamic Social Reporting</i> terhadap nilai perusahaan dengan kinerja keuangan sebagai variabel <i>moderating</i>	81
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	83
A. Kesimpulan	83
B. Saran.....	84

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1	Rerata Bursa Efek Industri Barang Konsumsi	2
Gambar 2. 1	Kerangka Berfikir Penelitian.....	32



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1	Hasil Penelitian Terdahulu Hasil	28
Tabel 3. 1	Sampel Penelitian.....	40
Tabel 3. 2	Definisi Operasional Variabel	43
Tabel 3. 3	Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi.....	52
Tabel 4. 1	Hasil Uji Statistik Deskriptif	64
Tabel 4. 2	Hasil Uji <i>Common Effect Model</i>	65
Tabel 4. 3	Hasil Uji <i>Fixed Effect Model</i>	66
Tabel 4. 4	Hasil Uji Random Effect Model	66
Tabel 4. 5	Hasil Uji Chow	67
Tabel 4. 6	Hasil Uji Hausman	67
Tabel 4. 7	Hasil Uji Multikolinearitas	68
Tabel 4. 8	Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Uji White.....	69
Tabel 4. 9	Hasil Uji Heteroskedastisitas Setelah di Outliers	70
Tabel 4. 10	Hasil Regresi Data Panel Menggunakan Model Terbaik Random Effect Model	71
Tabel 4. 11	Hasil Uji MRA.....	73
Tabel 4. 12	Hasil Uji F	74
Tabel 4. 13	Hasil Uji T	75
Tabel 4. 14	Hasil Uji Koefisien Determinasi	77

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Daftar Sampel Penelitian
- Lampiran 2 Pengungkapan Islamic Corporate Governance (ICG)
- Lampiran 3 Pengungkapan Islamic Social Reporting (ISR)
- Lampiran 4 Tabulasi Data Penelitian Islamis Corporate Governance (ICG)
- Lampiran 5 Tabulasi Data Penelitian Islamic Social Reporting (ISR)
- Lampiran 6 Tabulasi Data Penelitian Nilai Perusahaan
- Lampiran 7 Tabulasi Data Penelitian Kinerja Keuangan
- Lampiran 8 Data Panel
- Lampiran 9 Output SPSS

