

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR	vii
<i>Abstract</i>	x
Abstrak	xi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang dan Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5

1.5 Sistematika Pembahasan	6
BAB II.....	7
KAJIAN TEORITIK.....	7
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Pengertian dan Konsep CSR.....	7
2.1.2 Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR).....	9
2.1.3 Islamic social reporting.....	10
2.1.4 Ukuran Perusahaan	20
2.1.5 Profitabilitas.....	21
2.1.6 Tipe Industri.....	22
2.1.7 Leverage.....	22
2.2 Penelitian Terdahulu.....	24
2.3 Hipotesis Penelitian	25
2.3.1 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap <i>Islamic social reporting</i>	25
2.3.2 Pengaruh Profitabilitas Terhadap <i>Islamic social reporting</i>	27
2.3.3 Pengaruh tipe industri Perusahaan Terhadap <i>Islamic social reporting</i>	27
2.3.4 Pengaruh leverage terhadap <i>Islamic social reporting</i>	29
2.4 Kerangka Pemikiran	29
BAB III	31
METODE PENELITIAN.....	31

3.1 Populasi dan Penentuan Sampel Penelitian	31
3.2 Jenis Data dan Sumber Data.....	31
3.3 Metode Pengumpulan Data	32
3.4 Definisi dan Pengukuran Variabel Penelitian	32
3.4.1 Variabel Dependen	32
3.4.2 Variabel Independen	33
3.5 Metode Analisis Data	35
3.5.1 Statistik Deskriptif.....	35
3.5.2 Uji Asumsi Klasik.....	35
3.5.3 Analisis Regresi Linier Berganda	37
3.5.4 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	38
3.5.5 Uji Hipotesis	38
BAB IV	39
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	39
4.1 Deskripsi Obyek Penelitian	39
4.2 Perhitungan Variabel Penelitian	39
4.2.1 Perhitungan Islamic Social Reporting	40
4.2.2 Ukuran Perusahaan	40
4.2.3 Profitabilitas.....	41
4.2.4 Leverage.....	42

4.3 Analisis Statistik Deskriptif.....	42
4.4 Uji Asumsi Klasik	45
4.4.1 Uji Normalitas.....	45
4.4.2 Uji Multikolinieritas	46
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	46
4.4.4 Uji Autokorelasi.....	48
4.5 Analisis Regresi Linier Berganda.....	49
4.6 Uji Hipotesis.....	50
4.7 Pembahasan	53
4.7.1 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap <i>Islamic Social Reporting</i>	53
4.7.2 Pengaruh Profitabilitas Terhadap <i>Islamic social reporting</i>	54
4.7.3 Pengaruh tipe industri Perusahaan Terhadap <i>Islamic social reporting</i>	54
4.7.4 Pengaruh leverage terhadap <i>Islamic social reporting</i>	55
BAB V.....	56
KESIMPULAN DAN SARAN.....	56
5.1 Kesimpulan.....	56
5.2 Keterbatasan Penelitian	56
5.3 Saran	57
DAFTAR PUSTAKA	58
LAMPIRAN 1	60

LAMPIRAN 2	62
LAMPIRAN 3	65
LAMPIRAN 4	70
LAMPIRAN 5	74
LAMPIRAN 6	84
LAMPIRAN 7	88
LAMPIRAN 8	94
LAMPIRAN 9	105
LAMPIRAN 10	108
LAMPIRAN 11	126
LAMPIRAN 12	131
LAMPIRAN 13	136
LAMPIRAN 14	141

DAFTAR TABEL

TABEL 4.1	53
TABEL 4.2	57
TABEL 4.3	59
TABEL 4.4	60
TABEL 4.5	62
TABEL 4.6	63

TABEL 4.7	65
-----------------	----

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 2.1	44
GAMBAR 4.1	61

