

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Manfaat Penelitian.....	14
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	14
1.4.2 Manfaat Praktis	15
1.5 Sistematika Penulisan.....	16
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	18
2.1 Landasan Teori	18
2.1.1 <i>Stakeholder theory</i>	18
2.1.2 <i>Signaling theory</i>	22
2.1.3 <i>ESG disclosure</i>	26
2.1.4 Nilai perusahaan (<i>Firm value</i>)	28
2.1.5 Paparan media (<i>Media exposure</i>)	30
2.2 Penelitian Terdahulu.....	31

2.3	Kerangka Penelitian	47
2.4	Pengembangan Hipotesis	49
2.4.1	Pengaruh ESG <i>Disclosure</i> Terhadap <i>Firm value</i>	49
2.4.2	Pengaruh ESG <i>Disclosure</i> Terhadap <i>Media Exposure</i>	51
2.4.3	Pengaruh <i>Media Exposure</i> Terhadap <i>Firm value</i>	53
2.4.4	<i>Media Exposure</i> Memediasi Pengaruh Antara ESG <i>Disclosure</i> Terhadap <i>Firm value</i>	55
BAB III METODE PENELITIAN		57
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	57
3.1.1	Variabel Dependen	57
3.1.2	Variabel Independen	58
3.1.3	Variabel Mediasi.....	59
3.2	Populasi dan Sampel	62
3.2.1	Populasi.....	62
3.2.2	Sampel	63
3.3	Jenis dan Sumber Data	64
3.4	Metode Pengumpulan Data	65
3.5	Metode Analisis.....	65
3.5.1	Uji Statistik Deskriptif.....	66
3.5.2	Penentuan Model Regresi	67
3.5.3	Uji Asumsi Klasik.....	69
3.5.4	Uji Hipotesis.....	72
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		77
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	77
4.2	Analisis Data	78
4.2.1	Analisis Statistik Deskriptif	78
4.2.2	Uji Penentuan Model Regresi	85
4.2.3	Uji Asumsi Klasik.....	88
4.3	Uji Hipotesis.....	92
4.3.1	Analisis Regresi Data Panel.....	92
4.3.2	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	94

4.3.3 Uji Signifikansi Simultan (F).....	94
4.3.4 Uji Signifikansi Parsial (t)	95
4.3.5 Uji Mediasi	97
4.4 Interpretasi Hasil	98
4.4.1 ESG <i>Disclosure</i> Berpengaruh Positif Terhadap <i>Firm value</i>	98
4.4.2 ESG <i>Disclosure</i> Berpengaruh Positif Terhadap <i>Media Exposure</i>	100
4.4.3 <i>Media Exposure</i> Berpengaruh Positif Terhadap <i>Firm value</i>	102
4.4.4 <i>Media Exposure</i> Memediasi Pengaruh Antara ESG <i>Disclosure</i> dan <i>Firm value</i>	103
BAB V PENUTUP	105
5.1 Kesimpulan.....	105
5.2 Keterbatasan	106
5.3 Saran	107
DAFTAR PUSTAKA.....	109
LAMPIRAN	115
Lampiran I Daftar Sampel	116
Lampiran II Analisis Statistik Deskriptif.....	117
Lampiran III Distribusi Data Setiap Variabel.....	142
Lampiran IV Penentuan Model Regresi	143
Lampiran V Uji Asumsi Klasik	144
Lampiran VI Uji Hipotesis.....	145

FEB UNDIP