

Daftar Isi

Halaman Judul	i
Halaman Pengesahan	ii
Pernyataan Keaslian Karya Tulis	iii
Kata Pengantar	iv
Daftar Isi	vi
Daftar Tabel	viii
Daftar Gambar	ix
Daftar Lampiran	x
Intisari	xi
<i>Abstract</i>	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Masalah	8
1.4 Motivasi Penelitian	9
1.5 Kontribusi Penelitian	9
1.6 Sistematika Penulisan	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Teori Citra (<i>Image Theory</i>)	11
2.2 Teori Efikasi Diri (<i>Self Efficacy Theory</i>)	13
2.3 Manajemen Laba	15
2.4 Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	15
2.5 Narsisme Direktur Utama	17
2.6 Pengembangan Hipotesis	18
2.6.1 Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) dan Manajemen Laba ..	18
2.6.2 Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR), Narsisme Direktur Utama dan Manajemen Laba	20
2.7 Model Penelitian	22
BAB III METODE PENELITIAN	23
3.1 Desain Penelitian	23
3.2 Definisi Operasional Variabel	23

3.2.1 Manajemen Laba Sebagai Variabel Dependen	23
3.2.2 Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Sebagai Variabel Independen.....	25
3.2.3 Narsisme Direktur Utama Sebagai Variabel Moderasi.....	26
3.2.4 Variabel Kontrol	27
3.3 Populasi dan Sampel	28
3.4 Teknik Pengambilan Data	28
3.5 Teknik Analisis Data.....	29
3.5.1 Uji Asumsi Klasik.....	29
3.5.2 Uji Pengujian Hipotesis	30
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	32
4.1 Deskripsi Data	32
4.2 Statistik Deskriptif.....	32
4.3 Uji Asumsi Klasik	35
4.3.1 Uji Autokorelasi.....	35
4.3.2 Uji Heteroskedastisitas.....	36
4.3.3 Uji Multikolinearitas	37
4.4 Pengujian Hipotesis dan Pembahasan	38
4.4.1 Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) dan Manajemen Laba..	39
4.4.2 Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR), Narsisme Direktur Utama dan manajemen Laba	41
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	43
5.1 Kesimpulan.....	43
5.2 Keterbatasan dan Saran	43
5.3 Implikasi.....	44
Daftar Pustaka	
Lampiran	