

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN DISERTASI	iii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN DISERTASI	iv
KATA PENGANTAR	vi
<i>ABSTRACT</i>	x
ABSTRAK	xi
RINGKASAN	xii
<i>SUMMARY</i>	xiv
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR TABEL	xx
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	10
1.3. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian	12
1.3.1 Tujuan Penelitian	12
1.3.2 Manfaat Penelitian	13
1.4. Orisinalitas Penelitian	15
BAB II LANDASAN TEORI, KAJIAN EMPIRIS, DAN HIPOTESIS	20
2.1. Landasan Teori	20
2.1.1. <i>Theory of The Growth of The Firm</i>	20
2.1.2. <i>Resources Based Theory</i>	23
2.1.3. Kinerja Keuangan	27
2.1.4. <i>Environmental, Social and Governance (ESG)</i>	30
2.1.5. <i>Sales Growth</i>	36
2.1.6. <i>Product Market Power</i>	39
2.2. Kajian Literatur Riset yang Relevan	41
2.3. Mekanisme Mediasi <i>sales growth</i> dan <i>Product Market Power</i>	64
2.4. Model Penelitian	65
2.5. Kerangka Penelitian dan Hipotesis	70
2.5.1. Kerangka Penelitian	70

2.5.2. Hipotesis	73
BAB III METODE PENELITIAN	88
3.1 Desain Penelitian	88
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian	89
3.3 Metode Pengumpulan Data	90
3.4 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	90
3.4.1 Variabel Penelitian	90
3.4.2 Definisi Operasional Variabel	90
3.5 Persamaan Regresi	99
3.6 Teknik Analisis	99
3.6.1 Statistik Deskriptif	101
3.6.2 Spesifikasi Model	102
3.6.3 Pengumpulan dan Penyusunan Data	102
3.6.4 Evaluasi Model Pengukuran	103
3.7 Evaluasi Model Struktural	103
3.8 Interpretasi dan Pelaporan Hasil	105
3.9 Pengujian Mediasi	105
BAB IV ANALISIS DATA	107
4.1 Sampel Penelitian	107
4.2 Statistik Deskriptif	109
4.3 Spesifikasi Model	117
4.4 Evaluasi Model Pengukuran	118
4.4.1 Signifikansi <i>Weight</i>	118
4.4.2 Multicollinearity	119
4.5 Evaluasi Model Struktural	120
4.5.1 <i>R Square</i>	120
4.5.2 <i>Effect Size (f²)</i>	120
4.5.3 Analisis Model Fit	121
4.5.4 Uji Signifikansi	122
4.5.5 Interpretasi dan Pelaporan Hasil	122
BAB V PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN	128
5.1 Pengantar	128
5.2 Pembahasan Hasil Penelitian	128

5.2.1 Pengaruh ESG Terhadap Kinerja Keuangan	128
5.2.2 Pengaruh ESG Terhadap <i>sales growth</i>	131
5.2.3 Pengaruh ESG Terhadap <i>Product Market Power</i>	134
5.2.4 Pengaruh <i>sales growth</i> Terhadap Kinerja Keuangan	137
5.2.5 Pengaruh <i>Product Market Power</i> Terhadap Kinerja Keuangan	139
5.2.6 Pengaruh ESG Terhadap Kinerja Keuangan Melalui <i>sales growth</i>	142
5.2.7 Pengaruh ESG Terhadap Kinerja Keuangan Melalui <i>Product Market Power</i>	144
BAB VI KESIMPULAN DAN IMPLIKASI PENELITIAN	149
6.1 Kesimpulan	149
6.2 Implikasi	152
6.2.1 Implikasi Teoritis	152
6.2.2 Implikasi Praktis	153
6.3 Keterbatasan	153
6.4 Saran Penelitian	154
DAFTAR PUSTAKA	156
Lampiran 1. Daftar Perusahaan	165
Lampiran 3. Model Penelitian	175
Lampiran 4. Hasil Penelitian	176



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Perkembangan ESG dan Kinerja Keuangan (ROA) PT. Mayora Indah Tbk (MYOR) Tahun 2021- 2023.....	4
Gambar 2. 1 Evolusi ESG.....	31
Gambar 2.2 Pengaruh ESG Terhadap Kinerja Keuangan.....	41
Gambar 2.3 Pengaruh ESG Terhadap <i>sales growth</i>	47
Gambar 2.4 Pengaruh ESG Terhadap Kinerja Keuangan.....	50
Gambar 2.5 Pengaruh PMP Terhadap Kinerja Keuangan	55
Gambar 2.6 <i>State Of The Art</i> dan Model Konseptual	69
Gambar 2.7 Kerangka Penelitian	73
Gambar 4.1 Tren Rata-Rata ESG Perusahaan Manufaktur Tahun 2020-202	111
Gambar 4. 2 Tren Standar Deviasi ESG Perusahaan Manufaktur Tahun 2020-2022.....	112
Gambar 4. 3 Model Formatif.....	117

FEB UNDIP

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Ringkasan Orisinalitas.....	17
Tabel 2. 1 Hasil Studi Empiris Pengaruh ESG Terhadap Kinerja Keuangan.....	43
Tabel 2. 2 Hasil Studi Empiris Pengaruh ESG Terhadap sales growth.....	48
Tabel 2. 3 Hasil Studi Empiris Pengaruh ESG Terhadap Product Market Power.....	50
Tabel 2. 4 Hasil Studi Empiris Pengaruh sales growth Terhadap Kinerja Keuangan.....	52
Tabel 2. 5 Hasil Studi Empiris Pengaruh Product Market Power Terhadap Kinerja Keuangan.....	56
Tabel 2. 6 Hasil Studi Empiris sales growth sebagai Variabel Mediasi.....	60
Tabel 2. 7 Hasil Studi Empiris Product Market Power sebagai Variabel Mediasi.....	62
Tabel 3. 1 Ringkasan Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	98
Tabel 4. 1 Rincian Sampel.....	108
Tabel 4. 2 Descriptive Statistics.....	109
Tabel 4. 3 Rata-Rata (Mean) ESG Pertahun.....	111
Tabel 4. 4 Rata-Rata Standar Deviasi ESG Per Tahun	111
Tabel 4. 5 Total <i>Effect</i> Signifikansi <i>Weight</i>	118
Tabel 4. 6 <i>Collinearity Statistics (VIF) Outer VIF Value</i>	119
Tabel 4. 7 <i>Collinearity Statistics (VIF) Inner VIF Value</i>	119
Tabel 4. 8 <i>R Square</i>	120
Tabel 4. 9 <i>Effect Size</i>	121
Tabel 4. 10 Model Fit.....	121
Tabel 4. 11 Hasil Uji <i>Direct Effect</i>	122
Tabel 4. 12 Uji <i>Indirect Effect</i>	124
Tabel 4. 13 Hasil Uji <i>Direct Effect</i> dan <i>Indirect Effect</i> Pengaruh ESG terhadap Kinerja Keuangan dengan <i>Product Market Power</i> sebagai Variabel Mediasi.....	124
Tabel 4. 14 Hasil Uji <i>Direct Effect</i> dan <i>Indirect Effect</i> Pengaruh ESG terhadap Kinerja Keuangan dengan <i>Product Market Power</i> sebagai Variabel Mediasi.....	125
Tabel 4. 15 Hasil Sensitivity Analysis (Direct Effect)	126
Tabel 4. 16 Hasil Sentivity Analysis (Indirect Effect).....	126
Tabel 5. 1 Skor ESG dan <i>sales growth</i>	128
Tabel 5. 2 Skor ESG dan PMP.....	132
Tabel 5. 3 Skor <i>sales growth</i> dan Kinerja Keuangan (KK).....	136

Tabel 5. 4 Skor PMP dan KK.....	138
Tabel 5. 5 Skor ESG, PMP, dan KK.....	141
Tabel 5.6. Skor ESG, PMP, dan KK	146

