

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	i
<b>PERNYATAAN KEASLIAN DISERTASI</b> .....	ii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iii
<b>ABSTRAK</b> .....	viii
<b>ABSTRACT</b> .....	ix
<b>INTISARI</b> .....	x
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xv
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xx
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xxii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Penelitian Terdahulu dan <i>Research Gap</i> .....	14
1.3 Rumusan Masalah .....	33
1.4 Pertanyaan Penelitian .....	34
1.5 Tujuan Penelitian .....	35
1.6 Manfaat Penelitian .....	36
1.7 Orisinalitas Penelitian .....	37
<b>BAB II TELA'AH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN MODEL</b>	
2.1 Tela'ah Pustaka .....	40
2.1.1 Nilai Perusahaan .....	40
2.1.2 <i>Environment, Social</i> dan <i>Governance</i> (ESG) .....	42
2.1.3 Reputasi Perusahaan .....	45
2.1.3.1 Reputasi Perusahaan Dari Aspek Tanggung Jawab Sosial Lingkungan .....	49
2.1.3.2 Reputasi Perusahaan Dari Aspek Kinerja Keuangan .....	51
2.1.4 Keunggulan Kompetitif .....	53
2.2 Kajian Literatur Teori .....	55

2.2.1 Teori Sinyal .....	55
2.2.2 Teori Manajemen Impresi ( <i>Impression management</i> ) .....	62
2.2.3 Teori Sumber daya ( <i>Resource Based view</i> ) .....	65
2.3 Model Proposisi .....	67
2.4 Pengembangan Model Teoretikal Dasar .....	78
2.5 Model Penelitian Empirik dan Perumusan Hipotesis .....	85
2.5.1 Pengaruh Pengungkapan ESG Terhadap Nilai Perusahaan .....	77
2.5.2 Pengaruh Pengungkapan ESG Terhadap Reputasi Perusahaan .....	93
2.5.3 Pengaruh Pengungkapan ESG Terhadap Keunggulan Kompetitif .....	108
2.5.4 Pengaruh Reputasi Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan.....	118
2.5.5. Pengaruh Reputasi Perusahaan Berbasis Tanggung Jawab Sosial Terhadap Keunggulan Kompetitif.....	124
2.5.6 Pengaruh Keunggulan Kompetitif Terhadap Nilai Perusahaan .....	131
2.3 Model Penelitian Empirik .....	143

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1 Desain Penelitian .....	144
3.2 Jenis dan Sumber Data .....	144
3.3 Populasi dan Sampel .....	145
3.3.1 Populasi .....	145
3.3.2 Sampel dan Teknik Sampling .....	147
3.4 Definisi Operasionalisasi dan Pengukuran Variabel .....	148
3.4.1 Variabel Bebas ( <i>Independent Variable</i> ) .....	148
3.4.1.1 Pengungkapan <i>Environment</i> .....	148
3.4.1.2 Pengungkapan <i>Social</i> .....	148
3.4.1.3 Pengungkapan <i>Governance</i> .....	150
3.4.1.4 Pengungkapan ESG.....	150
3.4.2 Variabel Terikat ( <i>Dependent Variabel</i> ) .....	151
3.4.3 Variabel Mediasi ( <i>Mediating Variable</i> ) .....	152
3.4.4 Variabel Kontrol .....	155
3.5 Teknik Analisis Data .....	159

3.5.1 Spesifikasi Model Jalur .....	160
3.5.2 Spesifikasi Model Pengukuran .....	162
3.5.3 Evaluasi Hasil Pengujian Model Pengukuran .....	163
3.5.4 Evaluasi Hasil Pengujian Model Struktural .....	164
<b>BAB IV ANALISIS DATA</b>	
4.1 Objek Penelitian .....	168
4.2 Statistik Deskriptif .....	168
4.2.1 Variabel Pengungkapan ESG .....	170
4.2.2 Variabel Pengungkapan Lingkungan .....	171
4.2.3 Variabel Pengungkapan Sosial .....	173
4.2.4 Variabel Pengungkapan <i>governance</i> .....	174
4.2.5 Variabel Keunggulan Kompetitif .....	175
4.2.6 Variabel Reputasi Perusahaan .....	176
4.2.7 Variabel Nilai Perusahaan .....	177
4.2.8 Variabel <i>Size</i> Perusahaan .....	178
4.2.9 Variabel <i>Leverage</i> .....	178
4.2.10 Variabel <i>Profitability</i> .....	179
4.3 Pengujian Kelayakan Model Penelitian Empiris .....	179
4.3.1 Evaluasi Model Pengukuran Konstruktif .....	179
4.3.2 Evaluasi Kelayakan Model ( <i>Goodness of Fit</i> ) .....	183
4.4 Pengujian Model Penelitian Empiris .....	185
4.5 Pengujian Peran Mediasi Reputasi Perusahaan dan Keunggulan Kompetitif Dalam Hubungan Pengungkapan ESG dan Nilai Perusahaan .....	198
4.5.1 Peran Mediasi Reputasi Perusahaan Dalam Hubungan Pengungkapan ESG dan Nilai Perusahaan .....	199
4.5.2 Peran Mediasi Keunggulan Kompetitif Dalam Hubungan Pengungkapan ESG dan Nilai Perusahaan .....	200
4.5.3 Peran Mediasi Keunggulan Kompetitif Dalam Hubungan Reputasi perusahaan dan Nilai Perusahaan .....	201
4.5.4 Peran Mediasi Reputasi Perusahaan dan Keunggulan Kompetitif	

Dalam Hubungan Pengungkapan ESG dan Nilai Perusahaan .....	202
4.5.5 Pengaruh Variabel Kontrol .....	203
4.6 Analisis Tambahan.....	203
4.6.1 Pengujian Hasil Penelitian Sebelum Pandemic Covid-19 dan Selama Pandemic Covid-19.....	203
4.6.2 Pengujian Hasil Penelitian Dengan <i>First Order Construct</i> .....	214
<b>BAB V PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN</b>	
5.1 Pembahasan Hasil Pengujian Pengaruh Pengungkapan ESG Terhadap Nilai Perusahaan.....	220
5.2 Pembahasan Hasil Pengujian Pengaruh Pengungkapan ESG Terhadap Reputasi Perusahaan.....	224
5.3 Pembahasan Hasil Pengujian Pengaruh Pengungkapan ESG Terhadap Keunggulan Kompetitif.....	226
5.4 Pembahasan Hasil Pengujian Pengaruh Reputasi Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan.....	228
5.5 Pembahasan Hasil Pengujian Pengaruh Reputasi Perusahaan Terhadap Keunggulan Kompetitif.....	231
5.6 Pembahasan Hasil Pengujian Pengaruh Keunggulan Kompetitif Terhadap Nilai Perusahaan .....	232
5.7 Pembahasan Hasil Pengujian Pengaruh Pengungkapan ESG Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Reputasi Perusahaan.....	234
5.8 Pembahasan Hasil Pengujian Pengaruh Pengungkapan ESG Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Keunggulan Kompetitif.....	236
5.9 Pembahasan Hasil Pengujian Pengaruh Reputasi Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Keunggulan Kompetitif.....	238
5.10 Pembahasan Hasil Pengujian Pengaruh Reputasi Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Keunggulan Kompetitif Dan melalui keunggulan kompetitif.....	239
<b>BAB VI KESIMPULAN DAN IMPLIKASI PENELITIAN</b>	
6.1 Kesimpulan .....	241
6.2 Implikasi Teoritis .....	244

6.2.1 Implikasi Terhadap Teori Manajemen Impresi dan Teori <i>Stakeholder</i> ..	244
6.2.2 Implikasi Terhadap Teori <i>Resource Based View</i> (RBV) .....	244
6.2.3 Implikasi Terhadap Teori Sinyal .....	245
6.3 Impikasi Praktis.....	245
6.3.1 Implikasi Bagi Manajerial.....	245
6.3.2 Implikasi Bagi <i>Stakeholders</i> .....	245
6.4 Keterbatasan Penelitian.....	246
6.5 Agenda Penelitian Mendatang .....	246
<b>Daftar Pustaka</b> .....	248
<b>Lampiran</b>	

