

DAFTAR ISI

	Halaman
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.....	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Manfaat Penelitian	14
1.5 Sistematika Penulisan	15
BAB II TELAAH PUSTAKA	18
2.1 Landasan Teori.....	18
2.1.1 Teori Eselon Atas (<i>Upper Echelons Theory</i>)	18
2.1.2 Teori Legitimasi	21
2.1.3 Kinerja <i>Environmental, Social, and Governance</i> (ESG)	25
2.1.4 <i>CEO Power</i>	28
2.1.5 <i>Firm Visibility</i>	31
2.2 Penelitian Terdahulu	32
2.3 Kerangka Pemikiran.....	46

2.4	Pengembangan Hipotesis	47
2.4.1	Pengaruh <i>CEO Ownership Power</i> terhadap Kinerja ESG	47
2.4.2	Pengaruh <i>CEO Expert Power</i> terhadap Kinerja ESG	48
2.4.3	Pengaruh <i>CEO Prestige Power</i> terhadap Kinerja ESG.....	50
2.4.4	Peran <i>Firm Visibility</i> dalam Memoderasi Pengaruh <i>CEO Power</i> terhadap Kinerja ESG	51
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		55
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	55
3.1.1	Variabel Dependen.....	55
3.1.2	Variabel Independen	56
3.1.3	Variabel Moderasi.....	59
3.2	Populasi dan Sampel	60
3.3	Jenis dan Sumber Data	61
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	61
3.5	Metode Analisis Data.....	62
3.5.1	Analisis Statistik Deskriptif	62
3.5.2	Uji Asumsi Klasik.....	62
3.5.3	Analisis Regresi Linear Berganda.....	64
3.5.4	<i>Moderated Regression Analysis (MRA)</i>	65
3.5.5	Uji Kelayakan Model dan Hipotesis	66
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		67
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	67
4.2	Analisis Data	68
4.2.1	Hasil Analisis Statistik Deskriptif.....	68
4.2.2	Hasil Uji Asumsi Klasik	71
4.2.3	Hasil Uji Asumsi Klasik setelah Transformasi Data.....	74
4.2.4	Penyesuaian Model Melalui Metode <i>Robust Standard Error</i>	77
4.2.5	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	77
4.2.6	Uji Kelayakan Model dan Hipotesis	79
4.2.7	Hasil <i>Moderated Regression Analysis (MRA)</i>	82
4.2.8	Uji Kelayakan Model dan Hipotesis MRA	84

4.3	Interpretasi Hasil	89
4.3.1	Pengaruh <i>CEO Ownership Power</i> terhadap Kinerja ESG	89
4.3.2	Pengaruh <i>CEO Expert Power</i> terhadap Kinerja ESG	90
4.3.3	Pengaruh <i>CEO Prestige Power</i> terhadap Kinerja ESG.....	92
4.3.4	Peran <i>Firm Visibility</i> dalam Memoderasi Pengaruh <i>CEO Ownership Power</i> terhadap Kinerja ESG	93
4.3.5	Peran <i>Firm Visibility</i> dalam Memoderasi Pengaruh <i>CEO Expert Power</i> terhadap Kinerja ESG	94
4.3.6	Peran <i>Firm Visibility</i> dalam Memoderasi Pengaruh <i>CEO Prestige Power</i> terhadap Kinerja ESG	95
BAB V	PENUTUP	97
5.1	Kesimpulan	97
5.2	Keterbatasan.....	99
5.3	Saran.....	99
DAFTAR PUSTAKA		101
LAMPIRAN-LAMPIRAN		111



FEB UNDIP