

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. (2017). *Strategic Market Management 11th Edition*. Wiley.
- Anggraeni, D. Y., & Djakman, C. D. (2012). Pengujian Terhadap Kualitas Pengungkapan CSR di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*, 80, 22–41. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2018.v2.i1.2457>
- Anggraini, F. R. R. (2006). Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan (Studi Empiris pada Perusahaan-Perusahaan yang terdaftar Bursa Efek Jakarta). *Simposium Nasional Akuntansi 9 Padang*, 23–26.
- Anwar, A. I. (2018). *The effects of Economic Growth, Microfinance Institution (BPR), and Micro and Small Enterprises (UMK) to Income Inequality in South Sulawesi 1*.
- Arora, A., & Shernaz, B. (2018). Relationship between Corporate Governance Index and Firm Performance : Indian Evidence. *Global Business Review*, 19(3), 1–15. <https://doi.org/10.1177/0972150917713812>
- Asmarani, D. E. (2006). *Analisis Pengaruh Perencanaan Strategi terhadap Kinerja Perusahaan dalam Upaya Menciptakan Keunggulan Bersaing*. Universitas Diponegoro.
- Baeten, X., Balkin, D., & Van den Berghe, L. (2011). Beyond agency theory: a three-paradigm approach to executive compensation. In *The IUP Journal of Corporate Governance* (Vol. 10, Issue 4, pp. 7–36).
- Barney, J. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99–120.
- Barney, J. B. (1986). *Strategic Factor Markets : Expectations , Luck , and Business Strategy*. September 2015.
- Baron, D. P. (2001). *Private Politics , Corporate Social Responsibility , and Integrated Strategy*. 10(1), 7–45.
- Biuty, A. M., & Triwacananingrum, W. (2018). Analisis Good Corporate Governance, Pengaruhnya Apada Financial Performance di Perusahaan yang Terdaftar pada Corporate Governance Perception (CGPI). *Jurnal MONEX*, 07(2), 450–457.
- Boatright, J. R., Business, S., Quarterly, E., & Oct, N. (1994). *Fiduciary Duties and the Shareholder-Management Relation: Or , What ' s so Special about Shareholders ?* 4(4), 393–407.
- BPS. (2019). *2017 - 2019*.
- Brown, B., & Perry, S. (2014). Removing The Financial Performance Halo from Fortunes “Most Admired” Companies. *Academy of Management Journal*, 37(5), 1347–1359.

- Cadbury, A. (1992). *The Financial Aspects of Corporate Governance*.
- Caliskan, E. N., Icke, B. T., & Yusuf Ayturk. (2011). Corporate Reputation and Financial Performance: Evidence from Turkey. *Research Journal of International Studies*, 18(18), 61–72.
- Carroll, A. B. (1979). A three-dimensional conceptual model of corporate performance. *Corporate Social Responsibility*, 4(4), 497–505. <https://doi.org/10.5465/amr.1979.4498296>
- Carroll, A. B., & Shabana, K. M. (2010). *The Business Case for Corporate Social Responsibility: A Review of Concepts , Research and Practice*. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2370.2009.00275.x>
- Chashmi, N., & Fadee, M. (2016). Impact of Financial Performance and Growth Opportunities on Success or Failure of Companies : Evidence from Tehran Stock Exchange. *Journal of Accounting and Marketing*, 5(2), 2–5. <https://doi.org/10.4172/2168-9601.1000166>
- Coff, R. W. (1999). *When Competitive Advantage Doesn ' t Lead to Performance : The Resource-Based View and Stakeholder Bargaining Power*.
- Collis, D., & Montgomery, C. A. (1995). *Competing on Resources Strategy in the 1990 s*.
- Connelly, B. L., Certo, S. T., Ireland, R. D., & Reutzel, C. R. (2011). *Signaling Theory : A Review and Assessment*. <https://doi.org/10.1177/0149206310388419>
- Cyert, R. M., Kang, S.-H., & Kumar, P. (2002). Corporate Governance, Takeovers, and Top-Management Compensation: Theory and Evidence. *Management Science*, 48(4), 453–469.
- Daily, C. M., Dalton, D. R., & Cannella, A. A. (2003). Corporate Governance: Decades of Dialogue and Data. *The Academy of Management Review*, 28(3), 371–382. <https://doi.org/10.2307/30040727>
- Devinney, T. M. (2011). Social Responsibility, Global Strategy, and The Multinational Enterprise: Global Monitory Democracy and The Meaning of Place and Space. *Global Strategy Journal*, 344, 329–344. <https://doi.org/10.1111/j.2042-5805.2011.00021.x>
- Dickinson, V., & Sommers, G. A. (2012). *Which Competitive Efforts Lead to Future Abnormal Economic Rents ? Using Accounting Ratios to Assess Competitive Advantage*. 39(May), 360–398. <https://doi.org/10.1111/j.1468-5957.2012.02283.x>
- Donaldson, T. (2007). “Ethical blowback”: the missing piece in the corporate governance puzzle – the risks to a company which fails to understand and respect its social contract. *Corporate Governance: The International Journal of Business in Society*, 7(4), 534–541. <https://doi.org/10.1108/14720700710820614>

- Donaldson, T., & Preston, L. E. (1995). The Stakeholder Theory of the Corporation: Concepts, Evidence, and Implications. *The Academy of Management Review*, 20(1), 65. <https://doi.org/10.2307/258887>
- Elkington, J. (1994). Enter the triple bottom line. *The Triple Bottom Line: Does It All Add Up*, 1–16. <https://doi.org/10.4324/9781849773348>
- Ernest H. Hall, & Lee, J. (2014). *Assessing the Impact of Firm Reputation on Performance: An International Point of View*. 7(12), 1–13. <https://doi.org/10.5539/ibr.v7n12p1>
- Fatonah, N. U. S. (2013). *Pengaruh Profitabilitas dan Nilai Pasar terhadap Return Saham pada Perusahaan Subsektor Makanan dan Minuman di Bursa Efek Indonesia*. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Ferdinand, A. (2003). *Ferdinand2003.pdf*. Jurnal Bisnis Strategi.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen; Pedoman Peneletian untuk Penulisan Skripsi Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen* (5th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ferdousi, F., Baird, K., Munir, R., & Su, S. (2019). *Mediating role of quality performance on the association between organisational factors and competitive advantage*. <https://doi.org/10.1108/IJPPM-12-2017-0343>
- Fomburn, C., & Shanley, M. (1990). What's in a Name ? Reputation Building and Corporate Strategy. *Academy of Management Journal*, 33(2), 233.
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic management : a stakeholder approach*. Pitman.
- Galant, A., & Cadez, S. (2017). Corporate social responsibility and financial performance relationship : a review of measurement approaches. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 30(1), 1–18. <https://doi.org/10.1080/1331677X.2017.1313122>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gogineni, S., Linn, S. C., & Yadav, P. K. (2010). *Empirical Evidence on Ownership Structure, Management Control and Agency Costs*.
- Gok, O., & Ozkaya, H. (2011). *Does Corporate Reputation Improve Stock Performance in an Emerging Economy ? Evidence From Turkey*. 14(1), 53–61. <https://doi.org/10.1057/crr.2011.3>
- Gompers, P. A., Ishii, J. L., & Metrick, A. (2003). Corporate Governance and Equity Prices. *Quarterly Journal of Economics*, 118(1), 107–155.
- Gotsi, M., Wilson, A. M., Gotsi, M., & Wilson, A. M. (2001). *Corporate reputation : seeking a definition*.
- Grant, R. M. (2001). *The Resource-Based Theory of Competitive Advantage: Implications for Strategy Formulation*. 114–135.

- Hall, R. (1993). A Framework Linking Intangible Resources and Capabilities to Sustainable Competitive Advantage. *Strategic Management Journal*, 14, 607–618.
- Hamid, N. (2016). *International Journal of Law and Management*.
- Heath, J. (2009). The Uses and Abuses of Agency Theory. *Business Ethics Quarterly*, 19(4), 497–528.
- Hegde, S. P., & Mishra, D. R. (2019). Married CEOs and corporate social responsibility. *Journal of Corporate Finance*, 58(May), 226–246. <https://doi.org/10.1016/j.jcorpfin.2019.05.003>
- Heil, O., & Robertson, T. S. (1991). Toward a Theory of Competitive Market Signaling: A Research Agenda. *Strategic Management Journal*, 12(6), 403–418.
- Helfat, C. E. (2000). *Guest Editor's Introduction to The Special Issue; The Evolution of Firm Capabilities*. 959, 955–959.
- Hery. (2015). *Analisis Kinerja Manajemen*. PT Grasindo.
- Hirigoyen, G., & Poulain-rehm, T. (2015). *Relationships between Corporate Social Responsibility and Financial Performance : What is the Causality ?* 4(1), 18–43. <https://doi.org/10.12735/jbm.v4i1p18>
- Hirshleifer, J., & Riley, J. G. (1979). The Analytics of Uncertainty and Information: An Expository Survey. *Journal of Economic Literature*, 17(4), 1375–1421.
- Inglis, C. M., & P, S. (2006). Corporate reputation and organisational performance : An Australian study. *Managerial Auditing Journal*, 21(9), 934–947.
- Isada, F., & Isada, Y. (2019). *An Empirical Study of Strategic Corporate Governance and Competitive Advantage*. 7(1). <https://doi.org/10.18178/joebm.2019.7.1.573>
- Ito, K., Sekiya, H., & Sakurai, M. (2015). *The Relationship between Corporate Reputation and Financial Performance*. 100, 39–55.
- Jao, R., Hamzah, D., & Laba, A. R. (2020). *Reputasi Perusahaan dan Reaksi Investor (Studi Pada Perusahaan Yang Terdaftar DI Bursa Efek Indonesia)*. 3(2), 124–133. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v3i2.597>
- Jensen, M. C. (2002). Value Maximization, Stakeholder Theory, and the Corporate Objective Function*. *Business Ethics Quarterly*, 12(2), 235–256.
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of The Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure. *Journal of Financial Economics*, 3, 305–360.
- Kamukama, N., Ahiauzu, A., & Ntayi, J. M. (2011). *Competitive advantage : mediator of intellectual capital and performance*. <https://doi.org/10.1108/14691931111097953>

- Kasmir. (2016). *Analisis Laporan Keuangan*. Raja Grafindo Persada.
- Kemenperin. (2017). *No Title*.
- Kemenperin. (2019). *No Title*. <https://kemenperin.go.id/artikel/20298/Industri-Makanan-dan-Minuman-Jadi-Sektor-Kampiu>
- Kim, K., & Kim, M. (2018). *Effects of Corporate Social Responsibility on Corporate Financial Performance : A Competitive-Action Perspective*. 44(3), 1097–1118. <https://doi.org/10.1177/0149206315602530>
- Kurniati, S. (2019). *Stock returns and financial performance as mediation variables in the influence of good corporate governance on corporate value*. 19(6), 1289–1309. <https://doi.org/10.1108/CG-10-2018-0308>
- Li, D., Xin, L., Chen, X., & Ren, S. (2016). Corporate social responsibility , media attention and firm value : empirical research on Chinese manufacturing firms. *Quality & Quantity*. <https://doi.org/10.1007/s11135-016-0352-z>
- Li, S., Ragu-nathan, B., Ragu-nathan, T. S., & Rao, S. S. (2006). *The impact of supply chain management practices on competitive advantage and organizational performance*. 34, 107–124. <https://doi.org/10.1016/j.omega.2004.08.002>
- Lin, C. T. S. (2015). *Competitive Advantage For Fast Growth Smes: A Study Of The Effects Of Business Orientation And Marketing Capabilities On Firm Performance*. 292–298.
- Lippman, S. A., & Rumelt, R. P. (1982). *Uncertain imitability: an analysis of interfirm differences in efficiency under competition*. 13(2), 418–438.
- Lo, D., & Claver-corte, E. (2009). *The whole relationship between environmental variables and firm performance : Competitive advantage and firm resources as mediator variables*. 90, 3110–3121. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2009.05.007>
- Madhani, P. (2011). *Corporate Governance for Competitive Advantage*.
- Madhani, P. M. (2007). *Corporate Governance From Compliance to Competitive Advantage*. 26–31.
- Madris. (2020). *Statistika Penerapan Model Regresi dalam Penulisan Karya Ilmiah*. Nas Media Pustaka.
- Mai, M. U. (2015). Corporate Governance dan Interdependensi antara Leverage, Profitabilitas serta Kebijakan Dividen dalam Mencapai Nilai Perusahaan. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 19(2), 213–225.
- Manrique, S. (2017). *Analyzing the Effect of Corporate Environmental Performance on Corporate Financial Performance in Developed and Developing Countries*. <https://doi.org/10.3390/su9111957>

- Mardikanto, T. (2014). *CSR (Corporate Social Responsibility): Tanggungjawab Sosial Korporasi*. Alfabeta.
- Margolis, J. D., & Walsh, J. P. (2003). Misery Loves Rethinking Companies : Social Initiatives by Business Joshua D . Margolis. *Administrative Science Quarterly*, 48, 268–305.
- Mata, F. J., Fuerst, W. L., Barney, J. B., & Mata, B. F. J. (2014). *Competitive Advantage : 19(4)*, 487–505.
- Miotto, G., Del-castillo-feito, C., & Blanco-gonzález, A. (2019). Reputation and legitimacy : Key factors for Higher Education Institutions ' sustained competitive advantage. *Journal of Business Research*, June, 0–1. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.11.076>
- Mulyadi. (2015). *Akuntansi Biaya* (5th ed.). Unit Penerbitan dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Newbert, S. L. (2008). Value, Rareness, Competitive Advantage, and Performance : A Conceptual-Level Resource-Based View of The Firm. *Strategic Management Journal*, 29, 745–768. <https://doi.org/10.1002/smj>
- Nuryaman, & Christina, V. (2015). *Metodologi Penelitian Akuntansi dan Bisnis*. Ghalia Indonesia.
- Parnell, J. A. (2015). *Strategic capabilities , competitive strategy , and performance among retailers in Argentina , Peru and the United States*. December. <https://doi.org/10.1108/002517411111094482>
- Partalidou, X., Zafeiriou, E., & Sariannidis, N. (2020). *The effect of corporate social responsibility performance on financial performance: the case of food industry*. 2280. <https://doi.org/10.1108/BIJ-11-2019-0501>
- Pasko, O., Chen, F., & Yao, X. (2020). The Relationship Between Corporate Governance and Financial Performance in Chinese Logistics-Related Listed Company. *Management and Enterpreneursip: Trends of Development*, 4(14), 8–22. <https://doi.org/10.26661/2522-1566/2020-4/14-01>
- Pires, V., & Trez, G. (2018). *Corporate reputation measurement and its relation to performance*. 25(1), 47–64. <https://doi.org/10.1108/REGE-11-2017-005>
- Platonova, E., Asutay, M., Dixon, R., & Mohammad, S. (2018). The Impact of Corporate Social Responsibility Disclosure on Financial Performance : Evidence from the GCC Islamic Banking Sector. *Journal of Business Ethics*, 151(2), 451–471. <https://doi.org/10.1007/s10551-016-3229-0>
- Porter, M. E. (1979). *How competitive forces shape strategy*. 34–51.
- Porter, M. E. (1981). *The Contributions of Industrial Organization To Strategic Management* ^ ' ^ . 6(4), 609–620.
- Porter, M. E. (1985). *The Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. Free Press.

- Prakosa, B. (2005). Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi dan Orientasi Pembelian Terhadap Kinerja Perusahaan untuk Mencapai Keunggulan Bersaing (Studi Empiris pada Industri Manufaktur Di Semarang). *Jurnal Studi Manajemen & Organisasi*, 2(1), 35–57.
- Raelin, J. D., & Bondy, K. (2013). *Putting the Good Back in Good Corporate Governance: The Presence and Problems of Double-Layered Agency Theory*. 21(5), 420–435. <https://doi.org/10.1111/corg.12038>
- Rahmasari, L. (2011). *Pengaruh Supply Chain Management Terhadap Kinerja perusahaan dan Keunggulan Bersaing (Studi Kasus pada Industri Kreatif di Provinsi Jawa Tengah)*. 89–103.
- Riyadi, A. A., Suzan, L., & Yudowati, S. P. (2017). *The Influence of Good Corporate Governance and Ownership Structure on Financial Performance (Survey in Manufacturing Factory of Food and Beverages Sector Sub Listed in Indonesia Stock Exchange 2012-2015)*. 4(3).
- Roberts, P. W., & Dowling, G. R. (2002). Corporate Reputation and Sustained Superior Financial Performance. *Strategic Management Journal*, 23, 1077–1093. <https://doi.org/10.1002/smj.274>
- Roberts, R. W. (1992). *Determinants of Corporate Social Responsibility Disclosure: An Application of Stakeholder Theory*. 17(6).
- Rokhlinsari, S. (2016). Teori-Teori dalam Pengungkapan Informasi Corporate Social Responsibility Perbankan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1–11.
- Rosana, A. (2012). *Rosana2012.pdf*.
- Ross, S. A. (1977). The Determination of Financial Structure: The Incentive-Signalling Approach. *The Bell Journal of Economics*, 8(1), 23–40. <https://doi.org/10.2307/3003485>
- Saeidi, S. P., Sofian, S., Saeidi, P., Saeidi, S. P., & Saeidi, S. A. (2015a). How does corporate social responsibility contribute to firm financial performance? The mediating role of competitive advantage, reputation, and customer satisfaction. *Journal of Business Research*, 68(2), 341–350. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2014.06.024>
- Saeidi, S. P., Sofian, S., Saeidi, P., Saeidi, S. P., & Saeidi, S. A. (2015b). How does corporate social responsibility contribute to firm financial performance? The mediating role of competitive advantage, reputation, and customer satisfaction. *Journal of Business Research*, 68(2), 341–350. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2014.06.024>
- Sari, N. D. M. (2017). *Pengaruh rasio likuiditas, rasio profitabilitas dan rasio aktivitas terhadap harga saham (studi pada perusahaan manufaktur barang konsumsi yang terdaftar di BEI periode 2012-2015)*.
- Sarjana, S., & Khayati, N. (2017). *The Role of Reputation for Achieving Competitive Advantage*. 36(Icbmr), 322–334.

- Shukla, H. J. (2008). Corporate Governance Practices by Indian Corporates. *Asia Pacific Business Review*, 4(3), 124–129. <https://doi.org/10.1177/097324700800400315>
- Siagian, F., Siregar, S. V., Rahadian, Y., & Siagian, F. (2013). Corporate governance , reporting quality , and firm value : evidence from Indonesia. *Journal of Accounting in Emerging Economies*, 3(1), 4–20. <https://doi.org/10.1108/20440831311287673>
- Sigalas, C., Economou, V. P., & Georgopoulos, N. B. (2013). *Developing a measure of competitive advantage*. <https://doi.org/10.1108/JSMA-03-2013-0015>
- Sihite, M., Sule, E. T., Azis, Y., & Kaltum, U. (2016). *Gain Competitive Advantage Through Reputation*. 10(3), 22–31.
- Sinha, N., Sachdeva, T., & Yadav, M. P. (2018). *Investigating Relationship between Corporate Social Responsibility and Financial Performance using Structural Equation Modelling*. 1–17. <https://doi.org/10.1177/0258042X18759866>
- Spence, M. (1973). Job Market Signaling*. *The Quarterly Journal of Economics*, 87(3), 355–374. <https://doi.org/10.2307/1882010>
- Stiles, P., & Kulvisaechana, S. (2003). *Human capital and performance: A literature review*.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. CV Alfabeta.
- Sutrisno. (2012). *Manajemen Keuangan Teori, Konsep dan Aplikasi* (8th ed.). Ekonisia.
- Takahashi, Y. (2010). *The Effect of Firm Resources on Business Performance of Male-and Female-Headed Firms in the Case of Lao Micro- , Small- , and Medium-Sized Enterprises (MSMEs)*. 5(1). <https://doi.org/10.6702/ijbi.2010.5.1.4>
- Tischer, S. (2011). *Linking corporate reputation and shareholder value using the publication of reputation rankings*.
- Vergin, R. C., & Qoronfleh, M. W. (1998). Corporate Reputation and the Stock Market. *Business Horizons*, 41(1), 19–26.
- Wahyudi, A., & Solikhah, B. (2017). *Corporate governance implementation rating in Indonesia and its effects on financial performance*. <https://doi.org/10.1108/CG-02-2016-0034>
- Walker, K. (2010). A Systematic Review of the Corporate Reputation Literature : Defi nition , Measurement , and Theory. *Corporate Reputation Review*, 12(4), 357–387. <https://doi.org/10.1057/crr.2009.26>
- Wang, C. (2013). How relational capital mediates the effect of corporate reputation on competitive advantage : Evidence from Taiwan high-tech industry.

Technological Forecasting & Social Change.
<https://doi.org/10.1016/j.techfore.2013.06.009>

- Warraich, K. M., Warraich, I. A., & Asif, M. (2013). Achieving Sustainable Competitive Advantage Through Service Quality : An Analysis of Pakistan ' s Telecom Sector Achieving Sustainable Competitive Advantage Through Service QualityAn Analysis of Pakistans Telecom Sector. *Global Journal of Management and Business Research*, 13(2).
- Wernerfelt, B. (1984). *A Resource-based View of the Firm*. 5(2), 171–180.
- Wibowo. (2010). *Manajemen Kinerja*. Rajawali Press.
- Wijayanto, Suhadak, Dzulkrirom, & Nuzula F.N. (2019). *RJOAS*, 1(85), January 2019. 1(January), 35–44. <https://doi.org/10.18551/rjoas.2019-01.04>
- Wijetunge, W. A. D. S. (2016). *Service Quality , Competitive Advantage and Business Performance in Service Providing SMEs in Sri Lanka*. 6(7), 720–728.
- Wingwon, B. (2012). *Effects of Entrepreneurship , Organization Capability , Strategic Decision Making and Innovation toward the Competitive Advantage of SMEs Enterprises*. 2(1), 137–150. <https://doi.org/10.5539/jms.v2n1p137>
- Wood, D. J. (2010). *Measuring Corporate Social Performance : 274*. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2370.2009.00274.x>
- World Economic Forum. (2019). The Global Competitiveness Report. In *World Economic Forum*.
- Yamin, M. (2011). *Paradigma Baru Pembelajaran*. Gaung Persada Press.
- Yaparto, M., K, D. F., & Eriandani, R. (2013). *Corporate Social Responsibility*. 2(1), 1–19.
- Yu, H.-C., Kuo, L., & Kao, M.-F. (2016). The Relationship Between CSR Disclosure adn Competitive Advantage. *Sustainability Acoounting, Management and Policy Journal*.
- Zheng, K., Brown, J. R., & Dev, C. S. (2009). Market orientation , competitive advantage , and performance : A demand-based perspective ☆. *Journal of Business Research*, 62(11), 1063–1070. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2008.10.001>

L A M P I R A N

LAMPIRAN 1 . PENELITIAN TERDAHULU

NO	JUDUL; NAMA; TAHUN; PENERBIT	TUJUAN	METODE ANALISIS	HASIL
1	<p><i>Factor analysis for balanced scorecard as measuring competitive advantage of infrastructure assets of owned-state ports in Indonesia: Pelindo IV, Makassar, Indonesia;</i> Nurdjannah Hamid; 2018; Emerald Insight</p>	<p>Menyelidiki analisis faktor Balanced Scorecard (BSC) sebagai pengukuran keunggulan kompetitif aset infrastruktur Pelabuhan Milik Negara di Indonesia: Pelindo IV, Makassar, Indonesia.</p>	<p>Penelitian ini mengadopsi metode studi kasus eksplanatori dan eksplorasi kualitatif untuk menganalisis keefektifan BSC selama proses manajemen strategi. Pengumpulan data dilakukan selama periode 6 bulan, yang memungkinkan pengetahuan yang mendalam diperoleh tentang metode kultur dan manajemen yang digunakan di Alpha. Alat analisis menggunakan Analisis Faktor untuk indikator (keuangan, pelanggan, pertumbuhan pembelajaran, dan proses internal) mengukur keunggulan kompetitif. Data untuk analisis faktor dari persepsi masing-masing stakeholder menggunakan kuesioner.</p>	<p>(1) Keunggulan kompetitif Pelindo IV bergantung pada 81,2% dari perspektif keuangan, perspektif pelanggan, proses internal, dan perspektif pembelajaran, dan 18,2% faktor lainnya.</p> <p>(2) Hasil pengukuran model Keunggulan Bersaing pada Gambar 2 secara signifikan (P-value $<0,05$) diukur dengan Kinerja Perspektif Keuangan, Kinerja Perspektif Pelanggan, Kinerja Perspektif Proses Internal, dan Kinerja Perspektif Pembelajaran. Berdasarkan koefisien tertinggi (loading factor), terlihat bahwa Keunggulan Bersaing terkuat diukur dengan Perspektif Pembelajaran. Tingginya nilai Keunggulan Kompetitif Pelindo IV, Makassar, Indonesia, terutama dilihat dari Kinerja Perspektif Pembelajaran. Hasil urutan Balance Scorecard untuk mengukur Keunggulan Kompetitif adalah sebagai</p>

				berikut: 1) Kinerja Perspektif Pembelajaran; 2) Kinerja Perspektif Keuangan, 3) Kinerja Perspektif Pelanggan, 4) Kinerja Perspektif Proses Internal.
2	<p><i>Competitive Advantage for Fast Growth SMES: A Study of the Effect of Business Orientation and Marketing Capabilities on Firm Performance;</i> Caroline Tan Swee Lin; 2014; Springer</p>	<p>Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana <i>Market Orientation (MO)</i>, <i>Learning Orientation (LO)</i>, dan <i>Entrepreneurial Orientation (EO)</i> berhubungan dengan <i>Competitive Advantage (CA)</i> dalam <i>Marketing Capabilities (MC)</i> dan kinerja perusahaan. Dari sudut pandang teoritis dan empiris, penelitian ini bertujuan untuk menjembatani kesenjangan antara aliran penelitian terkait antara orientasi dan strategi perusahaan.</p>	<p>Analisis data dilakukan melalui dua tahap utama menggunakan SPSS 11.0 dan AMOS 4.0. Pertama, data diuji untuk pelanggaran asumsi statistik. Rencana statistik melibatkan tiga proses utama: Analisis Faktor Eksplorasi (EFA), Analisis Faktor Konfirmatori (CFA), dan analisis jalur (PA). EFA yang melibatkan Principal Axis Factoring dengan Oblimin Rotation digunakan untuk menentukan jumlah faktor yang terkait dengan ukuran MO, LO, EO, MC, dan kinerja perusahaan pada perusahaan <i>BRW Fast 100 Firms</i> pada tahun 2003 dan 2004.</p>	<p>Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa UKM yang berkembang pesat, cenderung menjaga hubungan yang baik dengan distributor untuk keuntungan posisi. Hubungan yang kuat dengan pengecer dan distributor berkontribusi pada kinerja perusahaan. Seperti disebutkan sebelumnya, CA dalam riset pasar, manajemen pemasaran, promosi, dan harga saja tidak berkontribusi secara signifikan terhadap model yang dihipotesiskan. Jelas, ada kebutuhan untuk penelitian lebih lanjut untuk menguji penerapannya pada berbagai jenis perusahaan. Perusahaan juga harus mencari cara untuk meningkatkan MC khusus untuk organisasi mereka karena keterkaitan ini sangat penting untuk kinerja perusahaan.</p>

3	<p><i>The Effect of Competitive Advantage on Financial Performance and Firm Value; Evidence From Indonesian Manufacturing Companies;</i> Wijayanto A, dkk; 2019; RJOAS.</p>	<p>Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menjelaskan pengaruh keunggulan bersaing terhadap kinerja keuangan dan nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur di Indonesia.</p>	<p>Penelitian dilakukan terhadap 30 perusahaan manufaktur di Indonesia dengan menganalisis data laporan keuangan perusahaan periode 2010 hingga 2016. Data dianalisis menggunakan Generalized Structured Component Analysis (GSCA).</p>	<p>Hasil penelitian menyimpulkan bahwa keunggulan bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan dan nilai perusahaan. Kinerja keuangan juga menunjukkan pengaruh yang signifikan dan positif terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini memberikan bukti empiris pengaruh keunggulan bersaing terhadap nilai perusahaan yang jarang diteliti sebelumnya. Penelitian ini juga memperkuat bukti pengaruh keunggulan bersaing terhadap kinerja keuangan dan pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan.</p>
4	<p><i>Service Quality, Competitive Advantage and Business Performance in Service Providing SMEs in Sri Lanka;</i> W.A.D.S.Wijetunge; 2016; International Journal of Scientific and Research Publication.</p>	<p>Untuk menguji hubungan antara kualitas layanan dan keunggulan kompetitif layanan yang membuktikan UKM</p> <p>Untuk menguji hubungan antara kualitas layanan dan kinerja bisnis dari layanan yang membuktikan UKM</p> <p>Untuk menyelidiki hubungan antara keunggulan kompetitif dan kinerja bisnis</p>	<p>Metodologi keseluruhan untuk studi ini bersifat deduktif dan mengikuti metode survei. Menurut sifat pertanyaan penelitian, penelitian terdiri dari bagian deskriptif dan inferensial.</p> <p>Kinerja bisnis diukur dengan menggunakan tren penjualan tahunan, keuntungan tahunan, pertumbuhan karyawan, pangsa pasar dan investasi pada bisnis</p>	<p>Hasil analisis data menunjukkan bahwa semua hipotesis didukung pada tingkat signifikansi 0,01. Hasilnya memberikan wawasan yang berarti bagi pemilik / manajer penyedia layanan UKM di distrik Kolombo, Sri Lanka, yang menyoroti pentingnya mematuhi kualitas layanan. Selama mereka meningkatkan tingkat kualitas layanan,</p>

			<p>selama tiga tahun terakhir dari 2012-2014. Oleh karena itu, pemilik / manajer diminta untuk menunjukkan tren masing-masing indikator ini selama tiga tahun terakhir sebagai "Sangat meningkat", "Meningkat", "Sedang", "Menurun" dan "Sangat menurun" menggunakan skala 5 poin.</p>	<p>mereka dapat mencapai keunggulan kompetitif yang lebih besar dan kinerja bisnis yang lebih tinggi dalam jangka panjang, yang juga menjamin kelangsungan hidup UKM.</p>
5	<p><i>Reputation and legitimacy: key factors for higher education institutions' Sustained competitive advantage;</i> Giorgia Miotto, dkk; 2019; Elsevier</p>	<p>Penelitian ini bertujuan untuk mengukur pengaruh reputasi terhadap legitimasi di bidang <i>Higher Education Institution (HEI)</i>. Dengan cara ini, reputasi dapat dilihat sebagai alat untuk menghasilkan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan bagi universitas negeri.</p>	<p>Untuk menganalisis hipotesis dan hubungan yang diajukan, pemodelan struktural dengan sistem SmartPLS versi 3 digunakan. Teknik ini dipilih karena merupakan metode analisis yang kuat (Chin, Marcolin, & Newsted, 2003), dan memberikan keuntungan yang memadai untuk penelitian yang akan dilakukan (Hair Jr, Sarstedt, Hopkins, & Kuppelwieser, 2014). Penelitian ini mengumpulkan 509 jawaban survei profesor yang efektif dari 47 universitas negeri yang berbeda (melalui kuesioner online yang memungkinkan satu jawaban per alamat IP). Semua profesor yang disurvei adalah bagian dari</p>	<p>Reputasi secara positif dan signifikan memengaruhi legitimasi. Dimensi reputasi tanggung jawab sosial, tata kelola, dan iklim tempat kerja secara positif dan signifikan mempengaruhi legitimasi. Akhirnya, reputasi secara positif dan signifikan mempengaruhi semua dimensi legitimasi.</p> <p>Dengan mempertimbangkan pengaruh positif dan signifikan dari reputasi pada semua dimensi legitimasi, manajer universitas dapat memahami jenis legitimasi (pragmatis, moral dan kognitif) mana yang</p>

			departemen bisnis universitas mereka. Survei tersebut dikirim ke semua departemen bisnis di universitas negeri Spanyol serta ke beberapa asosiasi profesor bisnis. Pengumpulan data dilakukan sepanjang bulan Mei dan Juni 2018.	mungkin lebih dipengaruhi oleh peningkatan reputasi.
6	<p>Pengaruh Supply Chain Management Terhadap Kinerja perusahaan dan Keunggulan Bersaing (Studi Kasus pada Industri Kreatif di Provinsi Jawa Tengah); Lisda Rahmasari; 28011; Majalah Ilmiah Inf9ormatika</p>	<p>Tujuan penulisan ini adalah mengungkapkan serta mencari tahu bagaimana praktek <i>supply chain</i> untuk penyediaan barang dan jasa yang dijalankan oleh para pelaku industri kreatif di Jawa Tengah serta dampak yang nyata bagi peningkatan kinerja usaha.</p>	<p>Analisis Data dilakukan dengan analisis diskriminan, yaitu untuk menentukan mana prediktor yang paling dominan pada <i>Supply Chain Management</i>. Pengujian Model yang diusulkan dilakukan dengan menggunakan <i>Structural Equation Modeling (SEM)</i> dengan <i>two step approach</i>. Dalam <i>two-step Approach to SEM</i> dengan program AMOS 5, model pengukuran (<i>measurement model</i>) terlebih dahulu dirumuskan dan dievaluasi secara terpisah dan kemudian ditetapkan langkah kedua ketika model struktural diestimasi (Ferdinand . 2006).</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Praktek <i>Supply Chain Management</i> berpengaruh positif dan signifikan keunggulan bersaing . Indikator dari <i>Supply Chain Management</i> meliputi pengembangan produk, <i>strategic supplier partnership</i> ,perencanaan dan pengendalian, produksi, distribusi, kualitas informasi, customer relationship dan pembelian. 2. Praktek <i>Supply Chain Management</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan. Indikator dari kinerja perusahaan meliputi produktivitas, pertumbuhan penjualan, serta pangsa pasar 3. Keunggulan bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan. Indikator dari

				keunggulan bersaing <i>delivery dependability</i> , produk inovatif dan <i>time to market</i> .
7	Competitive Advantage Implication of Different Product Service System Business Models: Consequences of 'Notreplicable' Capabilities; Alessandro Annarelli; 2019; Elsevier	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efek gabungan dari tiga sumber potensial keunggulan kompetitif dari <i>Product Service System</i> (PSS): jenis PSS, yaitu proposisi nilai yang diarahkan pada segmen pasar berdasarkan perilaku pelanggan tertentu, sumber daya inti, kompetensi dan proses organisasi yang menjadi dasar model bisnis PSS.	Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus ganda untuk memperhitungkan keterkaitan yang kompleks dari variabel yang mencirikan fenomena yang diselidiki dengan mengambil sampel 10 perusahaan dan mengumpulkan data melalui wawancara semi-terstruktur.	Hasil analisis dalam dan lintas kasus mengungkapkan bahwa model bisnis PSS Berorientasi Penggunaan memperoleh keunggulan kompetitif dari sumber daya fisik dan proses organisasi, baik dilindungi dari ancaman replikasi atau tidak, sedangkan model bisnis PSS Berorientasi Hasil dari kompetensi orang. Sumber daya manusia juga fundamental untuk model bisnis PSS Berorientasi Produk, tetapi perusahaan dapat mencapai keunggulan kompetitif hanya jika dilindungi dari ancaman replikasi dari pesaing. Makalah ini berkontribusi pada literatur PSS yang berkembang dengan mengidentifikasi faktor-faktor yang berpotensi membedakan model bisnis PSS dan dengan memberikan pertimbangan yang berguna tentang potensi kompetitif dan strategis PSS, dengan analisis mendalam tentang elemen-elemen sukses.

8	<p><i>Mediating role of quality performance on the association between organisational factors and competitive advantage;</i> Farhana Ferdousi, dkk; 2019; Emerald Sight</p>	<p>Tujuan penelitian ini adalah untuk memberikan wawasan empiris awal tentang peran mediasi kinerja kualitas pada hubungan antara enam faktor organisasi tertentu (dukungan manajemen puncak, karyawan keterlibatan, pemberdayaan karyawan, penghargaan dan pengakuan, pelatihan dan fokus pelanggan) dan keunggulan kompetitif.</p>	<p>Metode yang digunakan dengan Kuesioner survei melalui surat, dimana data dikumpulkan dari 179 perusahaan garmen di negara berkembang Bangladesh.</p>	<p>Hasil menunjukkan bahwa kualitas kinerja menengahi hubungan antara tiga faktor organisasi tertentu (dukungan manajemen puncak, keterlibatan karyawan dan penghargaan dan pengakuan) dan keunggulan kompetitif. Selain itu, faktor organisasi keempat, pemberdayaan karyawan, menunjukkan hubungan langsung dengan keunggulan kompetitif.</p>
9	<p><i>Competitive Advantage: Mediator of Managerial competence and financial performance of commercial banks in Uganda;</i> Nixon Kamukama, dkk; 2017; Emerald Slight</p>	<p>Penelitian ini bertujuan untuk membahas peran mediasi keunggulan kompetitif dalam hubungan antara kompetensi manajerial dan kinerja keuangan bank komersial di Uganda.</p>	<p>Sebuah survei cross-sectional dilakukan dengan menggunakan 22 bank komersial berizin penuh dan operasional di Uganda. Analisis data menggunakan statistik deskriptif, korelasi zero order, dan analisis regresi hierarkis. Selanjutnya, metode bootstrap digunakan untuk menguji efek mediasi dari keunggulan kompetitif. Semua analisis dilakukan dengan menggunakan SPSS v21.</p>	<p>Temuan ini memperkuat posisi penting kompetensi manajerial terhadap kinerja keuangan bank umum. Pertama, kompetensi manajerial meningkatkan keunggulan kompetitif perusahaan. Kedua, kompetensi manajerial berpengaruh tidak langsung terhadap kinerja keuangan melalui keunggulan bersaing. Secara keseluruhan, kompetensi manajerial dan keunggulan kompetitif merupakan prediktor kuat kinerja keuangan bank umum.</p>

10	<p><i>A hierarchical model to enhance financial and strategic performance of an oil and gas company in Malaysia;</i> Deven Krishnan, dkk; 2019; Emerald Sight</p>	<p>Tujuan dari penelitian ini bermaksud untuk mengembangkan model hirarki melalui pengutamaan kompetensi inti yang berkaitan dengan keunggulan kompetitif, kinerja keuangan dan strategis untuk sebuah perusahaan minyak dan gas di Malaysia.</p>	<p>Pendekatan metode campuran yang digunakan dalam penelitian ini. Awalnya, wawancara dilakukan untuk mengumpulkan informasi tentang kompetensi inti, keunggulan kompetitif, dan kinerja keuangan dan strategis perusahaan. Temuan wawancara digunakan untuk pengembangan kuesioner untuk menentukan peringkat kompetensi inti sehubungan dengan keunggulan kompetitif, kinerja keuangan dan strategis. Hasil survei dianalisis dengan menggunakan analitik hierarki proses (AHP), model matematika dan disintesis menggunakan Super Decisions Software.</p>	<p>Studi ini mengembangkan model hierarki dan dapat dijadikan tolok ukur untuk memprioritaskan kompetensi inti, berkenaan dengan keunggulan kompetitif, kinerja keuangan dan strategis bagi perusahaan minyak dan gas. Hasil prioritas akan membantu perusahaan yang dipertimbangkan dalam penelitian ini dan juga perusahaan sejenis dalam mengoptimalkan sumber daya dan energinya untuk fokus pada kompetensi inti yang diinginkan dan paling berpengaruh.</p> <p>Ketika industri minyak mengembangkan keunggulan kompetitif, keberhasilannya akan menurun untuk merangsang pertumbuhan bangsa, mendukung perluasan industri dan jasa, dan pada akhirnya membangun bangsa.</p>
11	<p><i>The effect of corporate social responsibility performance on financial performance: the case of food industry;</i> Xanthi Partalidou and Eleni</p>	<p>Penelitian ini meneliti dampak dari berbagai dimensi kinerja tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) terhadap kinerja keuangan perusahaan makanan.</p>	<p>Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metodologi estimasi kuadrat terkecil (EGLS). Untuk lebih spesifik, metode EGLS digunakan dalam kasus heteroskedastisitas atau masalah autokorelasi,</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kinerja lingkungan yang lebih tinggi memiliki efek positif terhadap kinerja keuangan agregat, hasil yang konsisten dengan

	Zafeiriou, dkk; 2020; Emerald Insight		<p>memberikan hasil yang kurang kuat dan signifikansi tinggi dalam banyak kasus. Untuk proksi kinerja keuangan, menggunakan dua indeks berbeda, yaitu indeks tunggal (pendapatan operasional) dan indeks keuangan agregat (skor ekonomi). Kinerja CSR berdasarkan Thomson Reuters's metodologi aliran data melibatkan tiga aspek yang berbeda dari konsep CSR: lingkungan, sosial dan tata kelola untuk waktu mencakup 2012-2017</p>	<p>pandangan berbasis sumber daya alam dan teori instrumental. Perusahaan yang mengambil inisiatif lingkungan dalam kaitannya dengan pengurangan sumber daya, pengurangan emisi dan inovasi produk dalam strategi inti mereka untuk dapat memperoleh keunggulan kompetitif, meningkatkan kinerja keuangan.</p> <ul style="list-style-type: none"> Selain itu, penelitian ini juga menegaskan bahwa kinerja keuangan dipengaruhi secara positif oleh penerapan prinsip kualitas yang sesuai dengan industri makanan, seperti TQM, Six Sigma dan Lean. Publikasi laporan CSR yang berdiri sendiri merupakan faktor penting bagi kinerja keuangan. Dengan meningkatkan tingkat transparansi, perusahaan mengungkapkan bahwa mereka beroperasi sesuai dengan norma masyarakat yang dianggap sebagai langkah ke arah yang benar oleh pasar.
12	<i>Socially Responsible Investment; The</i>	Tujuan Penelitian ini adalah untuk membahas kinerja keuangan	Penelitian ini menggunakan menggunakan sampel dari 153	Hasil penelitian menunjukkan bahwa program pensiun etis

	<i>Financial Performance of Spanish Equity Pension Plans;</i> Carmen-Pilar Martí'-Ballester; 2015; Emerald Insight	yang diperoleh dari program pensiun ekuitas, yang membedakan antara program pensiun solidaritas, program pensiun etis dan program pensiun konvensional.	rencana sistem individual pensiun (129 program pensiun konvensional, 6 program pensiun solidaritas dan 18 program pensiun etis). Dengan menggunakan data sampel ini, peneliti menerapkan metodologi data panel efek acak yang kuat.	memiliki kinerja yang serupa dengan program pensiun tradisional, sementara program pensiun solidaritas secara signifikan mengungguli program pensiun konvensional.
13	<i>Exploring the Bi-directional relationship between corporate social responsibility and financial performance in Indian context;</i> Shafat Maqbool and Shabir Ahmad Hurrah; 2020; Emerald	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dan kinerja keuangan dari perspektif bi-directional	Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 79 perusahaan yang terdaftar di bursa efek nasional untuk periode delapan tahun (2008-2015). Regresi panel efek acak dilakukan untuk memeriksa kemungkinan hubungan.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR berdampak positif terhadap kinerja keuangan perusahaan terpilih di masa sekarang dan masa depan. Lebih lanjut, studi tersebut menunjukkan bahwa hanya dimensi sosial yang memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan konkuren dan masa depan. Hasil lebih lanjut memvalidasi teori sumber daya slack sebagai kinerja keuangan tertinggal memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap CSR.
14	<i>Understanding the influence of environmental production practices on firm performance: a proactive versus reactive approach;</i> Charles Baah, dkk; 2020; Emerald	Dalam menjelajahi cara untuk mempertahankan posisi kompetitif serta meningkatkan kinerja perusahaan melalui inisiatif produksi lingkungan telah menjadi topik yang menyita perhatian sebagian besar praktisi dan peneliti. Terlepas dari beberapa studi tentang pengaruh inisiatif lingkungan pada kinerja	Penelitian ini mengadopsi desain penelitian survei, pendekatan kuantitatif dan teknik pemodelan persamaan struktural kuadrat terkecil (PLS-SEM) dalam membuat analisis dan interpretasi data karena	Hasil menunjukkan bahwa praktek produksi lingkungan proaktif berhubungan positif dengan proses dan kinerja lingkungan tetapi berhubungan negatif dengan kinerja keuangan. Meskipun temuan kontras dengan mayoritas temuan sebelumnya, mereka

		<p>perusahaan, banyak pertanyaan tetap tidak terjawab tentang bagaimana mengekstrak lebih banyak keuntungan dari inisiatif produksi lingkungan. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dampak praktik produksi lingkungan pada kinerja perusahaan dari perspektif proaktif dan reaktif.</p>	<p>kesesuaiannya dengan model penelitian prediktif.</p>	<p>mendapatkan dukungan dari sarjana lain dalam menetapkan bahwa tahap adopsi awal dari inisiatif produksi lingkungan proaktif membebani kemampuan keuangan dan dengan demikian menghadirkan hubungan negatif. Praktik produksi lingkungan reaktif berhubungan secara positif dan signifikan dengan kinerja proses, lingkungan dan keuangan.</p>
15	<p><i>Is sustainability a competitive advantage for small businesses? An empirical analysis of possible mediators in the sustainability-financial performance relationship;</i> Silvia Cantele; 2018; Elsevier</p>	<p>Penelitian kami bertujuan untuk menentukan model di mana praktik keberlanjutan mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan melalui pendorong strategis atau anteseden kesuksesan perusahaan</p>	<p>Penelitian ini menggunakan pemodelan persamaan struktural pada data yang dikumpulkan melalui survei terhadap 348 perusahaan kecil dan menengah manufaktur Italia dengan memasukkan empat konstruksi yang didedikasikan untuk keberlanjutan, satu konstruksi yang didedikasikan untuk kinerja keuangan dan empat konstruksi yang mengukur kemungkinan mediator dalam hubungan kinerja keuangan-keberlanjutan.</p>	<p>Hasil penelitian ini menemukan bahwa dimensi praktik sosial, ekonomi dan formal dari keberlanjutan secara positif mempengaruhi keunggulan kompetitif, dimediasi oleh reputasi perusahaan, kepuasan pelanggan dan komitmen organisasi. Penelitian ini juga menemukan keunggulan kompetitif sebagai mediator tahap kedua yang memberikan kontribusi positif terhadap kinerja keuangan. Kontribusi studi kami terletak pada pengujian model baru hubungan keberlanjutan-kinerja keuangan, mempertimbangkan setiap dimensi keberlanjutan dan jalur melalui mediator yang berbeda</p>

				dalam konteks yang kurang dieksplorasi yaitu memproduksi bisnis kecil di negara Eropa.
16	<p><i>How does corporate social responsibility contribute to firm financial performance? The mediating role of competitive advantage, reputation, and customer satisfaction;</i> Sayedeh Parastoo Saeidi; 2015; Elsevier</p>	<p>Hubungan langsung antara tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dan kinerja perusahaan telah diteliti oleh banyak ahli, namun pengujian langsung ini tampaknya palsu dan tidak tepat. Ini karena banyak faktor yang secara tidak langsung mempengaruhi hubungan ini. Oleh karena itu, penelitian ini mempertimbangkan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan, reputasi, dan kepuasan pelanggan sebagai tiga mediator yang mungkin dalam hubungan antara CSR dan kinerja perusahaan</p>	<p>Kinerja perusahaan sebagai satu-satunya variabel terikat dalam penelitian ini akan diukur melalui tujuh item yang terkait dengan kinerja keuangan dalam metodologi Balanced Scorecard (BSC). Dikembangkan oleh Robert Kaplan dan David Norton pada tahun 1992, metodologi Balanced Scorecard adalah pendekatan komprehensif yang menganalisis kinerja organisasi secara keseluruhan dalam empat cara. Pengukuran perspektif keuangan dalam kinerja perusahaan merupakan salah satu dimensi dalam metodologi ini. Karena studi ini memilih untuk mengadopsi pertumbuhan pangsa pasar dan pertumbuhan penjualan sebagai determinan pertumbuhan, dan Return on Equity (ROE), Return on Sales (ROS), Return on Assets (ROA), Return on Investment (ROI), dan margin laba bersih. perusahaan sebagai konstruk kinerja akuntansi moneter, BSC bisa menjadi instrumen terbaik untuk mengukur kinerja keuangan.</p>	<p>Temuan dari 205 perusahaan manufaktur dan produk konsumen Iran mengungkapkan bahwa hubungan antara CSR dan kinerja perusahaan adalah hubungan yang sepenuhnya dimediasi. Pengaruh positif CSR terhadap kinerja perusahaan karena CSR berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing, reputasi, dan kepuasan pelanggan. Temuan akhir menunjukkan bahwa hanya reputasi dan keunggulan kompetitif yang memediasi hubungan antara CSR dan kinerja perusahaan. Secara keseluruhan, temuan ini menunjukkan peran CSR dalam mempromosikan kinerja perusahaan secara tidak langsung melalui peningkatan reputasi dan keunggulan kompetitif sambil meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan.</p>

17	<p><i>How does corporate social responsibility affect financial performance, financial stability, and financial inclusion in the banking sector? Evidence from Pakistan;</i> Muhammad Ramzan, dkk; 2020; Elsevier</p>	<p>Studi ini mengkaji dampak CSR pada FP, FI, dan FS di sektor perbankan di Pakistan selama 10 tahun.</p>	<p>Studi ini menggunakan data panel tahunan yang dikumpulkan dari 20 bank yang terdaftar di Bursa Efek Pakistan selama 10 tahun, dari 2008 hingga 2017. Karena sebagian besar organisasi di Pakistan tidak melaporkan aktivitas CSR mereka secara terpisah, data tersebut dikumpulkan dari laporan Bursa Efek Pakistan dan laporan tahunan bank. Laporan tahunan diunduh dari situs web bank, dan datanya diverifikasi dengan laporan tahunan yang dikeluarkan oleh Bank Negara Pakistan. Studi ini juga menggunakan donasi perusahaan dan pengeluaran aktual untuk kegiatan CSR sebagai variabel proksi untuk pengukuran CSR. Empat variabel kontrol juga digunakan, antara lain ukuran perusahaan, umur, tangibility, dan leverage, dimana size diukur sebagai logaritma total aset, tangibility diukur dengan rasio aset tidak lancar terhadap total aset (Oyewumi et al., 2018), dan leverage diukur sebagai total hutang dibagi dengan total aset (Ye dan Zhang, 2011). Ukuran, usia, tangibilitas, dan leverage perusahaan mempengaruhi FP,</p>	<p>Temuan kami menunjukkan adanya hubungan positif yang signifikan antara CSR dan FP bank, yang menunjukkan bahwa aktivitas CSR menciptakan persepsi positif di benak calon pelanggan, yang membantu menarik mereka, yang pada akhirnya mengarah pada peningkatan FP bank. Hal ini dibuktikan dengan hasil yang menunjukkan bahwa bank yang membelanjakan lebih banyak untuk kegiatan CSR membangun hubungan yang kuat dengan nasabahnya sehingga membantu mengurangi risiko keuangan dan meningkatkan FS. Selain itu, hasil menunjukkan adanya hubungan positif antara inisiatif FI dan CSR, yang menyiratkan bahwa, seiring dengan meningkatnya investasi bank dalam inisiatif CSR, FI mereka dalam hal jumlah cabang dan ATM akan meningkat. Dengan kata lain, untuk menjangkau dan melayani lebih banyak nasabah dengan lebih baik, bank harus membangun jaringan cabang dan ATM yang besar.</p>
----	--	---	---	--

			FS, dan FI-nya (Feng et al., 2018).	
18	<i>Corporate Reputation and Investor Reaction (Study on Listed Company in Indonesia Exchange)</i> ; Robert Jao, Djabir Hamzah, Abdul Rakhman Laba, Mediaty; 2020; SEIKO	Tujuan penelitian ini adalah untuk menginvestigasi pengaruh reputasi perusahaan terhadap reaksi investor.	Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi, dimana jumlah sampel sebanyak 32 perusahaan periode 2015-2018 atau 128 observasi yang dipilih dengan metode purposive sampling dan menggunakan data sekunder yaitu harga penutupan saham dan corporate image index bagi perusahaan yang termasuk dalam Indonesia's Most Admired Company	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa reputasi perusahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap reaksi investor. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan yang memiliki reputasi yang tinggi cenderung memiliki reaksi investor yang meningkat dan memiliki pengaruh yang cukup kuat. Investor mempertimbangkan informasi reputasi perusahaan sebagai informasi yang relevan
19	<i>Corporate reputation, A discussion on construct definition and measurement and its relation to performance</i> ; Vanessa Pires and Guilherme Trez; 2018; Emerald Insight	Untuk membahas pendekatan yang berbeda dalam membangun reputasi perusahaan serta mengidentifikasi definisi komprehensif yang dapat digunakan untuk tujuan pengukuran, kesenjangan yang diidentifikasi oleh literatur sebelumnya yang diidentifikasi.	Penelitian ini merupakan penelitian teoretis, dimana para penulis menganalisis studi yang melibatkan hubungan antara reputasi perusahaan dan kinerja organisasi, dan atribut peringkat reputasi perusahaan nasional dan internasional.	Hasil penelitian ini mengidentifikasi definisi yang lebih komprehensif terhadap konstruksi reputasi perusahaan, dan menunjukkan untuk pengukuran konstruk, dengan mempertimbangkan penilaian oleh pemangku kepentingan (internal, pemasok, klien, dan pasar keuangan); evaluasi berkala di bawah perspektif organisasi yang berbeda; memperhatikan asumsi teoritis, dan aspek lainnya

20	<p><i>Exploring the drivers of corporate reputation integrated with a corporate responsibility perspective: some reflections in theory and in praxis</i>; Maria-Gabriella Baldarelli • Sabrina Gigli; 2011; Springer</p>	<p>Tujuan penelitian ini adalah untuk melihat penerapan hasil terhadap reputasi perusahaan dan menemukan serta mengukur hubungan dengan reputasi perusahaan dengan tanggung jawab perusahaan</p>	<p>Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan indeks RQ (Reputational Quotient) yang menggunakan enam indikator, yaitu daya tarik emosional, visi dan kepemimpinan, kinerja keuangan, produk dan layanan, lingkungan kerja, tanggung jawab sosial,</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa bahwa pembentukan penilaian terhadap reputasi dapat bervariasi tergantung pada jenis bisnis yang dianalisis dan komposisi sampel yang diwawancarai. Secara praktis, ini berarti bahwa inisiatif pembangunan reputasi yang dilakukan dalam skala global membutuhkan adaptasi dengan realitas lokal dan dengan mempertimbangkan konteks spesifik dan mekanisme pembentukan penilaian.</p> <p>Kedua, hasil penelitian menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan untuk mengukur dan mengelola reputasi juga dapat digunakan dan berguna dalam kaitannya dengan tanggung jawab perusahaan. Dalam pengertian ini, penting untuk ditekankan bahwa kedua dimensi tersebut sebenarnya merupakan kekuatan pendorong utama dari "kesuksesan" bisnis hotel UKM.</p>
----	---	--	---	--

21	<p><i>Corporate social responsibility and CSR fit as predictors of corporate reputation: A global perspective</i>; Emel Ozdora Aksak,, Mary Ann Ferguson, Sirin Atakan Duman; 2015; Elsevier</p>	<p>Penelitian ini bertujuan untuk memahami pendekatan teoritis mana yang telah digunakan untuk memahami hubungan antara tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dan reputasi.</p>	<p>Penelitian ini menggunakan analisis konseptual untuk memahami bagaimana literatur menjelaskan hubungan antara CSR dan reputasi organisasi. Dengan menggunakan InfoTrac OneFile, Ebsco Host, Wilson Web, ISI Web of Knowledge, dan Expanded AcademicASAP, yang mengidentifikasi artikel yang menyertakan istilah kunci tanggung jawab sosial dan reputasi perusahaan dalam judul atau abstrak mereka. Sebanyak 33 studi (empat berbasis teori dan 29 berbasis aplikasi) antara tahun 2000 dan 2013.</p>	<p>Hasil analisis konseptual menunjukkan bahwa sebagian besar studi tentang CSR dan reputasi berfokus pada implikasi praktis. Hasil ini diharapkan karena bidang studi tersebut seringkali berakar dari praktik itu sendiri. Karena sifat wilayah studi, studi berbasis aplikasi, yang mencoba memahami dampak langsung dari CSR, lebih umum dilakukan. Dari 29 studi tersebut, 10 fokus pada pengukuran persepsi pemangku kepentingan sementara lima fokus pada manfaat CSR. Penekanan ini mengungkapkan bahwa bidang ini berkonsentrasi pada pengembalian CSR melalui studi berbasis aplikasi daripada mendapatkan pemahaman mendalam tentang fenomena yang menggunakan perspektif teoretis. Studi berbasis aplikasi berkontribusi pada literatur dan memberikan panduan untuk praktik profesional tetapi mereka tidak mendorong pengembangan teori.</p>
----	---	--	---	--

22	<p><i>Towards a theory on corporate reputation and survival of young Firms</i>; Domenico Nicolò; 2015' Elsevier</p>	<p>Penelitian ini bertujuan untuk memberikan kerangka teoritis yang: 1) menyoroti hubungan logis antara kurangnya reputasi perusahaan dan penghentian awal bisnis; 2) berfokus pada beberapa faktor penentu reputasi perusahaan yang dapat dimanfaatkan oleh bisnis muda untuk menciptakan hubungan kepercayaan yang solid dan langgeng dengan pemangku kepentingan dan, dengan cara ini, untuk mengurangi risiko kegagalan pada tahap awal kehidupan</p>	<p>Kerangka yang diusulkan adalah titik awal untuk penyelidikan empiris berikutnya yang digunakan untuk memverifikasi prinsip-prinsip yang diusulkan dan hubungannya dengan logika menggunakan metode deduktif dengan asumsi bahwa persentase tinggi perusahaan yang berhenti beroperasi pada tahun-tahun pertamanya. Kerentanan yang tinggi merupakan karakteristik umum dari perusahaan baru (Bensman, 2014), karena tingkat falibilitas yang tinggi dari perusahaan-perusahaan ini relatif konstan dalam "waktu", yaitu dalam perusahaan yang didirikan pada tahun yang berbeda, dan dalam "ruang", yaitu di perusahaan yang beroperasi di berbagai negara dan sektor.</p>	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat reputasi suatu perusahaan bervariasi sebagai akibat dari proses peniruan. Jika seorang investor (atau pemberi pinjaman) memberikan kepercayaan kepada perusahaan, reputasinya meningkat, dan dengan itu, kemampuan untuk mendapatkan kepercayaan dari investor dan pemberi pinjaman lain. Reputasi baik yang diperoleh oleh pendiri (atau tim co-founder) dalam pengalaman wirausaha sebelumnya, menciptakan manfaat dari bisnis baru yang ia mulai. Perusahaan muda dapat mengurangi waktu yang dibutuhkan untuk membangun reputasi positif dengan memanfaatkan merek mitra strategis, investor, pemberi pinjaman.</p>
23	<p><i>A Systematic Review of the Corporate Reputation Literature: Definition, Measurement, and Theory</i>; Kent Walker; 2010; Macmilan Publisher</p>	<p>Untuk mengukur dan menguji teori reputasi perusahaan.</p>	<p>Penelitian ini menyajikan tinjauan sistematis literatur mengenai reputasi perusahaan dengan menggunakan sampel sebanyak 54 artikel (termasuk 1 buku). Sampel tersebut</p>	<p>1) reputasi mungkin memiliki dimensi yang berbeda dan merupakan masalah khusus, dan (2) kelompok pemangku kepentingan yang berbeda mungkin memiliki persepsi</p>

			<p>kemudian dianalisis dengan tiga masalah mendasar dalam literatur reputasi perusahaan, yaitu kebutuhan akan definisi yang komprehensif dan dapat diterima dengan baik, kesulitan dalam menjalankan reputasi perusahaan, dan kebutuhan berkelanjutan akan teori yang lebih berkembang.</p>	<p>yang berbeda tentang reputasi perusahaan.</p>
24	<p>Pengaruh <i>Corporate Reputation</i> terhadap <i>Financial Performance</i> melalui <i>Innovation Capability</i> sebagai <i>Intervening Variable</i> pada Industri Perhotelan di Surabaya; Ni Gusti Ayu Putu Sueka Putri dan Saarce Elsy Hatane; 2016; <i>Bussiness Accounting Review</i></p>	<p>Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh langsung yang signifikan dari corporate reputation terhadap innovation capability, innovation capability terhadap financial performance, dan corporate reputation terhadap financial performance pada industri perhotelan di Surabaya. Selain itu juga untuk mengetahui pengaruh tidak langsung yang signifikan dari corporate reputation terhadap financial performance melalui innovation capability pada industri perhotelan di Surabaya.</p>	<p>Penelitian ini berbentuk penelitian kuantitatif, dimana data diperoleh melalui penyebaran kuisisioner kepada hotel-hotel di Surabaya. Data yang diperoleh kemudian diolah dengan menggunakan software Smart PLS.</p>	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan adanya hubungan positif dan signifikan dari corporate reputation terhadap innovation capability, innovation capability terhadap financial performance, dan corporate reputation terhadap financial performance pada industri perhotelan di Surabaya. Namun innovation capability tidak memadai menjadi variable perantara antara corporate reputation dengan financial performance karena hubungan langsung antara corporate reputation dengan financial performance member pengaruh lebih besar daripada apabila melalui innovation capability.</p>

25	<p><i>Relationships between Corporate Social Responsibility and Financial Performance: What is the Causality?;</i> Gérard Hirigoyen, dkk; 2015; Journal of Business & Management</p>	<p>Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji hubungan kausal antara berbagai dimensi tanggung jawab sosial perusahaan (sumber daya manusia, hak asasi manusia di tempat kerja, komitmen masyarakat, penghormatan terhadap lingkungan, perilaku pasar dan tata kelola) dan kinerja keuangan (laba atas ekuitas, laba atas aset, rasio pasar terhadap buku).</p>	<p>Analisis regresi linier dan uji kausalitas Granger digunakan untuk memeriksa hubungan kausal antara tanggung jawab sosial dan kinerja keuangan dengan sampel dari 329 perusahaan yang terdaftar di tiga wilayah geografis (Amerika Serikat, Eropa dan kawasan Asia-Pasifik) untuk tahun 2009 dan 2010.</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa tanggung jawab sosial yang lebih besar tidak hanya menghasilkan kinerja keuangan yang lebih baik, tetapi juga kinerja keuangan berdampak negatif terhadap tanggung jawab sosial perusahaan.</p>
26	<p><i>Corporate social responsibility as a determinant of corporate reputation in the airline industry;</i> Eunil Park; 2019; Elsevier</p>	<p>Tujuan penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi aktivitas dalam tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dan pengaruhnya terhadap reputasi perusahaan di industri jasa penerbangan. Penelitian ini juga mengusulkan dua faktor yaitu sikap dan kepuasan pelanggan, sebagai moderator antara reputasi perusahaan dan CSR</p>	<p>Metode analisis yang digunakan, yaitu dengan menggunakan data dari 967 pengguna jasa penerbangan dan pemodelan persamaan struktural (SEM)</p>	<p>Hasil penelitian ini menemukan bahwa tingkat tanggung jawab ekonomi yang lebih tinggi menghasilkan peningkatan sikap dan kepuasan pelanggan. Selain itu, meskipun tanggung jawab lingkungan memiliki pengaruh penting terhadap sikap dan kepuasan pelanggan, reputasi perusahaan secara signifikan ditentukan oleh sikap dan kepuasan pelanggan.</p>
27	<p><i>The Impact of Corporate Social Responsibility Disclosure on Financial Performance: Evidence</i></p>	<p>Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi hubungan antara pengungkapan CSR dan kinerja keuangan bank syariah di wilayah</p>	<p>Sampel untuk penelitian ini terdiri dari 24 bank Islam yang beroperasi penuh dari lima negara GCC, yaitu Bahrain,</p>	<p>Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa ada hubungan positif yang signifikan antara</p>

	<p>from the GCC Islamic Banking Sector; Elena Platonova dkk; 2016; Springer</p>	<p>Gulf Cooperation Council (GCC) selama periode 2000-2014, dengan asumsi bahwa ada hubungan positif antara kedua variabel ini dengan hubungan sebab dan akibat dari Pengungkapan CSR terhadap kinerja keuangan</p>	<p>Arab Saudi, Qatar, Kuwait dan Uni Emirat Arab (UEA). Untuk mengukur kinerja keuangan dalam penelitian ini, penulis menggunakan pengembalian aset rata-rata (ROAA), diadopsi sebagai proksi kinerja keuangan perusahaan. Selain itu, laba atas ekuitas rata-rata (ROAE) digunakan untuk pemeriksaan ketahanan seluruh analisis. Dalam estimasi, rasio ROAA dihitung dengan membagi laba bersih dengan rata-rata total aset untuk bank syariah sampel, sedangkan ROAE didefinisikan sebagai rasio laba bersih terhadap rata-rata ekuitas, kedua rasio tersebut dinyatakan sebagai persentase. Sedangkan untuk pengungkapan CSR, penulis menggunakan indeks pengungkapan CSR yang digunakan sebagai ukuran kinerja sosial perusahaan untuk industri perbankan syariah GCC dihasilkan melalui analisis konten dari laporan tahunan bank-bank Islam dalam sampel.</p>	<p>pengungkapan CSR dan kinerja keuangan bank syariah GCC. Hasil-hasil ini memverifikasi hipotesis dan juga sejalan dengan kerangka teoritis yang menggambarkan hubungan positif antara kinerja sosial perusahaan dan kinerja keuangan industri perbankan Islam. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR, semakin baik profitabilitas bank dalam kasus perbankan syariah GCC.</p>
--	--	---	---	--

28	<p><i>Investigating Relationship between Corporate Social Responsibility and Financial Performance using Structure Equation Modelling;</i> Neena Sinha <i>dkk</i>; 2018; <i>Management & Labour Studies, SAGE</i></p>	<p>Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menyelidiki hubungan antara tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dan kinerja keuangan (FP) dengan bantuan pendekatan pemangku kepentingan dalam konteks usaha kecil dan menengah (SME) industri di Delhi NCR.</p>	<p>Metode yang digunakan dalam penelitian saat ini adalah studi cross-sectional yang dilakukan di Delhi NCR. Data telah dikumpulkan dari 382 UKM milik tekstil, pengolahan makanan, perhiasan, karpet, peralatan mesin dan keramik. Kuesioner terstruktur termasuk dimensi demografi didarkan kepada responden untuk pengumpulan data dengan menggunakan Model SEM.</p>	<p>Hasil penelitian mengungkapkan gagasan bahwa semua pemangku kepentingan adalah yang paling penting bagi UKM, tetapi prioritas menjadi berbeda. Beberapa manajer atau pemilik memberikan prioritas pada kegiatan CSR terkait pelanggan, sedangkan beberapa memprioritaskan kegiatan CSR terkait pemangku kepentingan lainnya. Usaha kecil umumnya tidak peduli dengan CSR karena ukurannya yang kecil dan karakteristiknya yang khas. Namun, UKM berkontribusi dalam CSR dan terkait dengan pembangunan ekonomi, lingkungan dan sosial. Dalam penelitian ini juga terungkap bahwa CSR terkait pelanggan memiliki efek signifikan pada FP, sedangkan CSR terkait pemangku kepentingan lainnya memiliki efek tidak signifikan pada FP. Analisis UKM yang beroperasi di Delhi NCR menunjukkan bahwa ada</p>
----	--	--	---	--

				hubungan positif yang lemah antara CSR dan FP pada lensa pemangku kepentingan.
29	<i>Effects of Corporate Social Responsibility on Corporate Financial Performance: A Competitive-Action Perspective</i> ; Kwang-Ho Kim Hankuk, dkk; 2018; Journal of Management	Tujuan penelitian ini antara lain; <ol style="list-style-type: none"> 1. Memperkenalkan kontingensi baru CSR dengan menunjukkan bahwa efek CSR pada CFP bervariasi dengan CA. 2. Membangun literatur CSR bahwa PCSR dan NCSR harus dipelajari secara terpisah berdasarkan efek yang berbeda pada CFP. 3. Berkontribusi pada literatur strategi bahwa perusahaan dapat meningkatkan posisi kompetitif mereka melalui CA, PCSR, dan NCSR 	Menggunakan statistik deskriptif, dimana jumlah sampel sebanyak 185 perusahaan perangkat lunak (kode Klasifikasi Industri Standar 7372) dari database Compustat Xpressfeed yang beroperasi dari tahun 2000 hingga 2005. Kriteria yang digunakan adalah berfokus hanya pada perusahaan-perusahaan dengan informasi CSR minimal 2 tahun di Kinder, Lydenberg. Prosedur ini menghasilkan 113 perusahaan sebagai sampel akhir.	<i>Penelitian ini menemukan bahwa aktivitas tanggung jawab sosial (CSR positif) meningkatkan kinerja keuangan perusahaan ketika tingkat tindakan kompetitif perusahaan tinggi, sedangkan aktivitas yang tidak bertanggung jawab secara sosial (CSR negatif) sebenarnya meningkatkan kinerja keuangan perusahaan ketika tingkat tindakan kompetitif rendah. Dengan memperkenalkan tindakan kompetitif sebagai kontingensi penting, studi ini berkontribusi pada literatur tentang CSR dan manajemen strategis.</i>
30	<i>Corporate Social and Financial Performance: A Meta-analysis</i> ; Marc Orlitzky, dkk; 2003; SAGE Publication	Penelitian ini dilakukan untuk menunjukkan bahwa klaim utama yang selama ini berkembang mengenai CSP dan CFP	Penelitian ini melakukan meta-analisis dari 52 studi (yang mewakili populasi penyelidikan kuantitatif sebelumnya) menghasilkan ukuran sampel	Meta-analisis ini telah menunjukkan bahwa (1) di seluruh studi, CSP berkorelasi positif dengan CFP, (2) hubungan cenderung dua arah

		dibangun atas dasar yang tidak kokoh.	total 33.878 observasi dengan data empiris selama 30 tahun.	dan simultan, (3) reputasi tampaknya menjadi mediator penting dari hubungan tersebut, dan (4) ketidakcocokan pemangku kepentingan, kesalahan pengambilan sampel, dan kesalahan pengukuran dapat menjelaskan antara 15 persen dan 100 persen variasi studi silang dalam berbagai subset dari korelasi CSP-CFP.
31	<i>An Empirical Study of Strategic Corporate Governance and Competitive Advantage;</i> Isada & Isada; 2019; Journal of Economics and Management	Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengklarifikasi secara positif hubungan antara aktivitas tata kelola perusahaan dan keunggulan kompetitif di perusahaan bisnis.	Penelitian ini menggunakan metode analisis dengan analisis faktor dengan menggunakan SPSS ver.23	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara kuantitatif tata kelola perusahaan dapat memajukan perusahaan dengan adanya pertumbuhan perusahaan yang berkelanjutan serta peningkatan profitabilitas jangka panjang.
32	<i>Stock Return and Financial Performance as Mediation Variables in The Influence of Good Corporate Governance on Corporate Value;</i> Kurniati; 2019; Emerald Publishing	Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh good governance terhadap nilai perusahaan, dimana return saham dan kinerja keuangan berperan sebagai mediator hubungan diantara keduanya.	Penelitian ini dilakukan pada perusahaan yang <i>go public</i> yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan termasuk dalam daftar indeks LQ45 tahun 2011-2017, dengan pengambilan sampel dengan pendekatan <i>purposive sampling</i> melalui empat kriteria. Analisis data menggunakan WarpPLS dengan pendekatan indikator bersifat formatif (saling eksklusif antar indikator).	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa <i>Good Corporate Governance</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>return</i> saham ke arah negatif; <i>good corporate governance</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan; tata kelola perusahaan yang baik tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan; <i>return</i> saham berpengaruh

				signifikan terhadap kinerja keuangan ke arah positif; kinerja keuangan berpengaruh signifikan terhadap return saham dengan arah positif; <i>return</i> saham berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan ke arah positif; Kinerja keuangan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan arah yang positif
--	--	--	--	---

33	<p>Product Market Competition, State-Ownership, Corporate Governance and Firm Performance; 2018; Emerald Insight</p>	<p>Tujuan dari riset ini adalah untuk menguji hubungan antara kinerja perusahaan dan persaingan pasar produk (PMC), dan kemudian menguji efek mitigasi tata kelola perusahaan dan / atau kepemilikan negara (BUMN) dalam hubungan antara PMC dan kinerja perusahaan menggunakan Perusahaan yang terdaftar di China.</p>	<p>Penelitian ini mempertimbangkan tiga faktor penentu PMC (<i>Product Market Competition</i>) yang mempengaruhi sifat persaingan, dan menggunakan konsentrasi pasar, substitusi produk dan ukuran pasar sebagai proksi untuk PMC. Penulis menyusun indeks tata kelola perusahaan yang mengukur sejauh mana independensi dewan, pemantauan kekuatan dewan pengawas terhadap dewan direksi, dan pemantauan kekuatan dewan direksi atas CEO. Penulis menggunakan Tobin's Q sebagai proxy untuk kinerja perusahaan. Penulis menggunakan sampel 20.706 observasi tahun perusahaan yang terdaftar di pasar saham China antara 2001 dan 2016 34 untuk menyelidiki secara empiris pertanyaan penelitian yang diajukan dalam makalah.</p>	<p>Riset ini menemukan bahwa PMC yang lebih tinggi dikaitkan dengan kinerja perusahaan yang lebih rendah. Penulis menemukan bahwa praktik tata kelola perusahaan yang baik memoderasi pengaruh negatif dari PMC yang lebih tinggi terhadap kinerja perusahaan. Hubungan antara PMC yang lebih tinggi dan kinerja yang lebih rendah lebih lemah untuk perusahaan yang dikendalikan oleh BUMN dibandingkan dengan non-BUMN. Lebih lanjut, efek moderasi BUMN pada hubungan antara PMC yang lebih tinggi dan kinerja yang lebih rendah lebih terlihat pada perusahaan dengan praktik tata kelola perusahaan yang baik dibandingkan dengan perusahaan dengan praktik tata kelola perusahaan yang lemah.</p>
34	<p>Corporate Governance dan Interdependensi antara Leverage, Profitabilitas serta Kebijakan Dividen dalam Mencapai Nilai Perusahaan; Mai; 2015; Jurkubank Wordpress</p>	<p>Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis peran mekanisme <i>corporate governance</i> dalam memanfaatkan interdependensi antara keputusan pendanaan, kinerja keuangan, dan kebijakan dividen dalam upaya meningkatkan nilai perusahaan.</p>	<p>Penelitian dilakukan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, dengan observasi pada periode 2000-2012. Data yang dikumpulkan dengan total 290 perusahaan dianalisis menggunakan <i>path analysis</i>.</p>	<p>Penelitian ini membuktikan bahwa peningkatan nilai perusahaan terutama dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan dalam meningkatkan profitabilitas dan pembayaran dividen. Kepemilikan institusional dan ukuran dewan sebagai proksi</p>

				dari mekanisme tata kelola perusahaan memainkan peran penting untuk mendorong perusahaan meningkatkan laba atas ekuitas, sementara dewan independen membujuk perusahaan untuk memperkuat pembayaran dividen. Ukuran Dewan menunjukkan peran yang kuat dalam menginspirasi perusahaan untuk meningkatkan profitabilitasnya, dan berdampak positif pada nilai perusahaan.
35	<p>The Relationship Between Corporate Governance and Financial Performance in Chinese Logistics-Related Listed Companies; Pasko, et al; 2020; Zaporizhzhia National University</p>	Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji hubungan antara tata kelola perusahaan dan kinerja keuangan perusahaan yang terdaftar di <i>Chinese Logistic Related</i>	Riset ini menggunakan Stata 16.0 sebagai alat analisis data, menggunakan data panel dari 53 perusahaan yang terdaftar dari tahun 2013 hingga 2019 untuk dianalisis. Dalam analisis regresi berganda, ROA merupakan variabel dependen, enam faktor corporate governance yang berhubungan dengan struktur kepemilikan, dewan direksi, dan struktur governance merupakan variabel independen, dan ukuran perusahaan, rasio aset-liabilitas, dan market-to-book. rasio adalah variabel kontrol. Selanjutnya, kami menggunakan ROE sebagai pengganti ROA untuk melakukan pengujian, yang	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepemilikan manajemen, kepemilikan institusional dan proporsi pemegang saham terbesar berkorelasi positif signifikan dengan kinerja. Terdapat hubungan non linier antara ukuran dewan komisaris dengan kinerja keuangan, sedangkan tidak ada hubungan yang signifikan antara proporsi direktur independen dengan kinerja keuangan. Di perusahaan besar, dualitas CEO berkorelasi negatif secara signifikan dengan kinerja keuangan.

			memverifikasi ketangguhan hasil analisis.	
36	<i>Good Corporate Governance Mechanism, Corporate Social Responsibility Disclosure on Firm Value: Empirical Study on Listed Company in Indonesia Stock Exchange;</i> Mukhtaruddin, et al; 2014; Australian International Academic Centre PTY. LTD	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh mekanisme good corporate governance (dewan komisaris, dewan komisaris independen, pemilik institusional, pemilik manajerial, dan komite audit) dan pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan.	Populasi penelitian ini adalah seluruh perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2010-2011 yang melakukan eksposur dan melaporkan aktivitas CSR mereka. Sampel terdiri dari 33 perusahaan yang dipilih dengan teknik purposive sampling. Data tersebut kemudian dianalisis secara deskriptif dan statistik.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa dewan komisaris, dewan komisaris independen, pemilik institusional, pemilik manajerial, dan komite audit, dan pengungkapan CSR berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan sedangkan kepemilikan manajerial berpengaruh positif dan signifikan, dan komisaris independen. dewan komisaris berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.
37	<i>Corporate Governance, Corporate Profitability Toward Corporate Social Responsibility Disclosure and Corporate Value (Comparative Study in Indonesia, China and India Stock Exchange in 2013-2016);</i> Purbawangsa, et al; 2019; Emerald Publishing Limited.	Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji hubungan tata kelola perusahaan dan profitabilitas perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) sebagai variabel intervening.	Populasi penelitian ini adalah seluruh perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, China dan India tahun 2013-2016. Statistik inferensial yang digunakan dalam penelitian ini menerapkan metode model persamaan struktural (SEM) partial least square-based (PLS-based) dengan PLS. Metode PLS dipilih berdasarkan pertimbangan adanya konstruk yang dibentuk dengan indikator reflektif dalam penelitian ini	Hasil penelitian ini membuktikan bahwa - Di Indonesia, tata kelola perusahaan dan profitabilitas perusahaan berpengaruh signifikan dan positif terhadap pengungkapan CSR. Demikian pula pengungkapan CSR dan profitabilitas perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap nilai perusahaan. Tata kelola perusahaan secara tidak langsung mempengaruhi nilai perusahaan, melalui mediasi pengungkapan CSR. Di Cina, tata kelola perusahaan dan

				<p>profitabilitas perusahaan berpengaruh signifikan dan positif terhadap pengungkapan CSR. Demikian pula, pengungkapan CSR dan tata kelola perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas perusahaan secara tidak langsung mempengaruhi nilai perusahaan, melalui mediasi pengungkapan CSR. Di India, tata kelola perusahaan dan profitabilitas perusahaan berpengaruh signifikan dan positif terhadap pengungkapan CSR. Hal yang sama terlihat bahwa pengungkapan CSR berpengaruh signifikan dan positif terhadap nilai perusahaan. Tata kelola perusahaan dan profitabilitas perusahaan secara tidak langsung mempengaruhi nilai perusahaan, melalui mediasi pengungkapan CSR.</p>
--	--	--	--	--

LAMPIRAN 2

TABULASI DATA PENELITIAN

No.	Kode	X1	X2	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	Z1.1	Z1.2	Z1.3	Z1.4	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5
1	DLTA	0	58%	0,4	84,58	0	15,42	3	30,3	39,86	16515	13,21	0,302	0,353	0,21	7,172	0,059
2		0	58%	0,4	84,58	0	15,42	3	28,33	37,54	17647	13,38	0,298	0,366	0,224	4,033	0,05
3		0	66%	0,5	84,59	0	15,41	3	18,34	22,5	238	12,11	0,335	0,487	0,156	3,858	0,054
4		0	65%	0,5	84,59	0	15,41	3	21,18	25,16	317	32,74	0,302	0,467	0,132	4,315	0,041
5		0	60%	0,4	84,58	0	15,42	3	20,86	24,53	349	35,99	0,261	0,482	0,116	4,915	0,058
6		0	60%	0,4	84,58	0	15,42	3	22,19	26,41	422	37,86	0,271	0,438	0,139	4,636	0,054
7		0	73%	0,4	84,58	0	15,42	3	22,29	26,28	397	38,43	0,279	0,486	0,124	3,582	0,055
8	ULTJ	1	75%	0,33	46,6	17,8	35,6	3	11,56	16,08	113	9,4	0,707	0,253	0,405	9,059	0,057
9		1	86%	0,33	46,58	17,9	35,52	3	9,7	12,45	101	7,23	0,761	0,259	0,299	9,613	0,054
10		1	79%	0,33	44,52	17,91	37,57	3	14,78	18,7	180	11,91	0,685	0,263	0,267	9,199	0,061
11		1	55%	0,33	37,1	11,49	51,41	3	16,74	20,34	243	15,15	0,651	0,279	0,206	9,291	0,062
12		1	55%	0,33	36,85	33,85	29,3	3	13,72	16,91	61	14,58	0,624	0,297	0,239	9,069	0,068
13		1	56%	0,33	36,3	34,51	29,19	3	12,63	14,69	60	12,82	0,643	0,285	0,227	9,762	0,083
14		1	56%	0,5	36,38	36,02	27,6	3	15,67	18,32	89	16,6	0,624	0,268	0,225	9,572	0,073
15	MYOR	1	52%	0,4	32,93	0	67,07	3	10	26	1115	8	0,757	0,157	0,416	4,272	0,086
16		1	52%	0,4	32,93	0	67,07	3	4	10	451	3	0,821	0,161	0,478	4,599	0,068
17		1	63%	0,4	32,93	0	67,07	3	11	24	1364	8	0,717	0,186	0,423	4,385	0,103
18		1	69%	0,4	59,07	25,22	15,71	3	11	22	61	8	0,733	0,178	0,444	4,181	0,092
19		1	54%	0,4	59,07	25,22	15,71	3	11	22	71	8	0,761	0,181	0,419	3,622	0,068
20		1	53%	0,4	59,07	25,22	15,71	3	10	21	77	7	0,734	0,179	0,377	3,961	0,101
21		1	58%	0,4	59,07	25,22	15,71	3	11	21	89	8	0,684	0,194	0,292	3,909	0,136

22	SKBM	0	60%	0,33	80,82	3,11	16,07	3	11,65	30,02	67	4,5	0,887	0,058	0,752	9,314	0,033
23		0	74%	0,33	79,82	3,11	17,07	3	13,15	27,91	82,8	5,8	0,872	0,053	0,677	13,14	0,031
24		0	65%	0,33	80,48	3,11	16,41	3	5,28	11,73	44,48	2,96	0,872	0,064	0,873	14,403	0,038
25		0	63%	0,33	79,48	3,11	17,41	3	2,11	5,74	30,43	1,41	0,876	0,073	0,903	9,411	0,029
26		0	59%	0,33	82,79	2,21	15	3	1,59	2,53	15,4	1,41	0,899	0,078	0,611	8,034	0,029
27		0	70%	0,33	82,79	2,21	15	3	0,9	1,53	8,01	0,82	0,885	0,091	0,723	7,655	0,038
28		0	76%	0,33	82,765	2,235	15	3	0,5	0,09	2,43	0,05	0,873	0,104	0,752	7,298	0,046
29		MLBI	0	87%	0,5	81,78	0	18,22	3	50	90	411	0,329	0,359	0,176	1,023	10,933
30	0		86%	0,5	81,78	0	18,22	3	35	142	377	0,266	0,396	0,251	1,946	7,822	0,078
31	0		60%	0,5	81,78	0	18,22	3	24	66	236	0,184	0,398	0,285	1,712	12,854	0,074
32	0		55%	0,57	81,78	0	18,22	3	43	119	466	0,301	0,342	0,289	1,472	11,269	0,079
33	0		56%	0,5	81,78	0	18,22	3	53	124	627	0,39	0,33	0,287	1,211	5,922	0,079
34	0		56%	0,5	81,78	0	18,22	3	42	105	581	0,336	0,382	0,299	1,285	5,902	0,063
35	0		52%	0,5	81,78	0	18,22	3	42	105	572	0,325	0,384	0,332	1,366	4,312	0,064
36	ADES		0	52%	0,33	91,94	0	8,06	3	13	21	94	11	0,44	0,354	0,553	6,365
37		0	63%	0,33	91,94	0	8,06	3	6	11	53	5	0,484	0,353	0,651	5,57	0,002
38		0	69%	0,33	91,52	0	8,48	3	5	10	56	5	0,493	0,335	0,721	5,342	0,008
39		1	48%	0,33	91,52	0	8,48	3	7	15	95	6	0,482	0,288	0,612	5,817	0,001
40		1	51%	0,33	91,52	0	8,48	3	5	9	65	5	0,461	0,356	0,832	5,793	0,001
41		1	63%	0,33	91,52	0	8,48	3	6	11	90	7	0,516	0,408	0,721	6,1	0,001
42		1	60%	0,33	94,46	0	5,54	3	10	15	142	10	0,5	0,415	0,499	6,208	0
43		INDF	1	68%	0,375	50,07	0,02	49,91	3	5	9,6	285	4,5	0,755	0,19	0,594	10,561
44	1		66%	0,375	50,07	0,02	49,91	3	6,4	13,6	449	6,2	0,732	0,173	0,553	14,654	0,021
45	1		65%	0,375	50,07	0,02	49,91	3	4,2	8,9	338	4,6	0,731	0,214	0,586	12,52	0,023
46	1		56%	0,375	50,07	0,02	49,91	3	6,1	12,1	472	6,2	0,709	0,234	0,663	12,825	0,025

47		1	76%	0,375	50,07	0,02	49,91	3	6	11,3	473	5,9	0,718	0,302	0,657	10,242	0,021	
48		1	74%	0,375	50,07	0,02	49,91	3	5,4	10,2	474	5,7	0,725	0,326	0,938	11,167	0,021	
49		1	78%	0,375	50,07	0,02	49,91	3	6,1	11,3	559	6,4	0,703	0,347	0,786	12,842	0,022	
50	PSDN	0	86%	0,33	89,615	1,392	8,993	3	3	5	10	2	0,862	0,142	0,597	17,948	0,001	
51		0	64%	0,33	89,615	1,392	8,993	3	-4	-7	-21	-3	0,899	0,21	0,683	11,017	0	
52		0	63%	0,33	89,615	1,392	8,993	3	-7	-13	-33	-5	0,88	0,258	0,911	18,591	0,001	
53		0	62%	0,33	89,615	1,392	8,993	3	-6	-13	-32	-4	0,873	0,269	0,944	13,441	0,001	
54		0	56%	0,33	78,658	4,582	16,76	3	5	11	15	2	0,861	0,194	0,863	14,799	0	
55		0	54%	0,33	78,658	4,582	16,76	3	-7	-19	-43	-3	0,89	0,219	0,978	14,134	0	
56		0	53%	0,33	78,658	4,582	16,76	3	-3	-15	-33	-2	0,867	0,254	1,323	17,009	0	
57		BUDI	0	57%	0,33	55,96	0	44,04	3	1,8	4,8	2,63	1,7	0,88	0,407	0,929	3,853	0,001
58			0	67%	0,33	55,96	0	44,04	3	1,2	3,1	6,81	1,2	0,879	0,507	0,956	4,338	0,002
59	1		53%	0,33	53,4	0	46,6	3	0,6	1,9	4,55	0,9	0,907	0,166	0,999	2,578	0,002	
60	0		52%	0,33	53,4	0	46,6	3	1,3	3,3	7,7	1,6	0,889	0,207	0,999	7,105	0,001	
61	1		59%	0,33	53,4	0	46,6	3	1,6	3,8	9,13	1,8	0,862	0,261	0,993	5,398	0,001	
62	1		65%	0,33	53,4	0	46,6	3	1,5	4,1	10,68	1,9	0,868	0,297	0,997	4,082	0,001	
63	1		68%	0,33	57,85	0	42,15	3	2,1	5	13,61	2,1	0,873	0,319	0,994	5,256	0,001	
64	CEKA	0	66%	0,33	87,02	0	12,98	3	6	12	219	3	0,911	0,055	0,613	14,503	0,001	
65		0	60%	0,33	87,02	0	12,98	3	3	8	69	1	0,94	0,043	0,682	11,743	0,001	
66		0	58%	0,33	87,02	0	12,98	3	7	17	179	3	0,914	0,051	0,652	13,347	0	
67		0	71%	0,33	87,02	0	12,98	3	18	28	420	6,07	0,894	0,048	0,457	14,574	0,002	
68		0	76%	0,33	87,02	0	12,98	3	7,71	11,9	181	2,52	0,933	0,051	0,45	14,685	0,001	
69		0	86%	0,33	87,02	0	12,98	3	7,93	9,49	156	2,55	0,924	0,066	0,196	12,517	0,001	
70		0	86%	0,33	87,02	0	12,98	3	15,47	19,05	362	6,9	0,883	0,084	0,208	8,695	0,002	
71	STTP	0	64%	0,5	56,76	3,17	40,07	3	7,8	16,63	87,38	6,75	0,817	0,247	0,875	7,794	0,009	

72		0	56%	0,5	56,76	3,17	40,07	3	7,27	15,16	94,27	5,69	0,812	0,218	0,674	8,363	0,02
73		0	63%	0,5	56,76	3,19	40,05	3	9,67	18,41	141,76	7,3	0,791	0,203	0,841	8,066	0,025
74		0	62%	0,5	56,76	3,19	40,05	3	7,45	14,91	133,18	6,62	0,791	0,217	0,604	7,086	0,03
75		0	45%	0,5	56,76	3,27	39,97	3	9,22	15,6	165,16	7,65	0,783	0,226	0,382	7,63	0,032
76		0	51%	0,5	56,76	3,27	39,97	3	9,69	15,49	194,81	9,02	0,781	0,252	0,541	6,693	0,026
77		0	62%	0,5	56,76	3,27	39,97	3	16,75	22,47	368,41	13,74	0,729	0,219	0,351	5,849	0,031
78	AISA	0	76%	0,2	62,1	0	37,9	4	6,91	14,71	106,08	7,65	0,775	0,139	0,571	4,484	0,02
79		0	56%	0,2	62,1	0	37,9	4	5,13	10,54	110,61	6,46	0,798	0,13	0,375	3,824	0,014
80		1	59%	0,2	63,05	0	36,95	4	4,12	9,42	100,49	5,38	0,788	0,132	0,616	3,038	0,022
81		1	76%	0,2	63,05	0	36,95	4	7,77	16,87	184,39	10,99	0,743	0,131	0,421	2,735	0,035
82		1	64%	0,25	38,3	0	61,7	4	-9,71	156,35	1625,9	268,34	0,714	0,181	4,715	4,016	0,111
83		1	62%	0,5	38,3	0	61,7	0	-6,8	3,58	-38,35	7,8	0,71	0,263	6,563	3,792	0,088
84		1	60%	0,5	38,55	0	61,45	3	60,72	-68,45	352	75,13	0,704	0,029	2,431	7,266	0,097
85	TBLA	0	71%	0,33	54,29	0,08	45,63	3	1,4	4,9	17,08	2,2	0,744	0,307	0,896	8,746	0,001
86		0	75%	0,33	54,29	0,08	45,63	3	6	17,8	87,25	6,9	0,796	0,216	0,905	8,63	0,001
87		0	86%	0,33	54,29	0,08	45,63	3	2,2	7	38,22	3,8	0,78	0,288	0,873	6,508	0,001
88		0	85%	0,33	48,75	0,08	48,67	3	4,8	17	118,02	9,5	0,75	0,292	0,906	5,631	0,003
89		0	64%	0,33	55,25	0,08	44,67	3	6,8	23	182,17	10,9	0,738	0,262	0,951	5,429	0
90		0	65%	0,33	55,25	0,08	44,67	3	4,7	16	141,84	8,9	0,733	0,328	0,532	4,231	0,001
91		0	63%	0,33	55,26	0,08	44,66	3	3,8	12,3	124,08	7,7	0,755	0,382	0,615	4,595	0
92	IIKP	0	57%	0,33	51,57	0	48,43	3	-5	-5	-5,48	-74	1,482	2,37	0,268	55,872	0,001
93		0	51%	0,33	51,57	0	48,43	3	-3	-4	-3,52	-55	1,426	2,944	0,299	341,392	0
94		0	54%	0,33	11,69	0	88,31	3	-5	-5	-3,52	-81	1,496	3,605	0,991	84,156	0
95		0	57%	0,33	11,69	0	88,31	3	-8	-10	-8,05	-33	1,137	1,024	1,475	3,139	0

96		0	71%	0,33	16,31	0	83,69	3	-4	-5	-3,91	-61	1,218	4,061	1,221	4,762	0,001	
97		0	49%	0,33	16,31	0	83,69	3	-5	-5	-4,33	-85	1,446	5,301	1,052	5,363	0,001	
98		0	54%	0,33	17,88	0	82,12	3	22	24	25,33	426	1,295	5,045	0,185	0,197	0,001	
99	BTEK	0	62%	0,33	28,22	0	71,78	3	2,09	0	2,09	4,9	0,895	1,543	6,977	25,704	0,001	
100		0	59%	0,33	28,22	0	71,78	3	-2,6	0	-2,6	-6,62	0,786	2,066	2,919	11,863	0,001	
101		0	76%	0,33	18,13	5,53	76,34	3	2,57	0	2,57	2,26	0,863	0	2,159	19,75	0	
102		0	67%	0,33	73,47	0	26,53	3	1	0	1	-13,62	0,853	0,238	1,668	2,205	0	
103		0	63%	0,33	80,38	0	19,62	3	-5,44	0	-5,44	-5,83	0,872	0,262	0,992	2,116	0,002	
104		0	60%	0,33	47,5	0	52,5	3	1,64	0	1,64	12,84	0,909	0,177	0,464	5,475	0	
105		0	74%	0,33	41,6	0	58,4	3	-1,81	0	-1,81	-16,9	0,968	0,298	0,571	4,827	0,001	
106		ROTI	0	75%	0,33	75,75	0	24,25	3	8,66	20,32	31,22	10,49	0,536	0,141	0,88	8,223	0,062
107			0	80%	0,33	75,75	0	24,25	3	8,8	19,78	37,27	10,03	0,521	0,162	0,732	8,811	0,047
108			0	69%	0,33	70,76	0	29,24	3	10	22,76	53,45	12,44	0,469	0,19	0,487	8,679	0,045
109	0		68%	0,33	70,28	0	29,72	3	9,58	19,39	55,31	11,09	0,484	0,201	0,338	8,881	0,048	
110	0		63%	0,33	70,28	0	29,72	3	2,97	4,8	27,66	5,43	0,475	0,25	0,443	7,371	0,061	
111	0		57%	0,33	74,4	0	25,6	3	2,89	4,36	28,07	4,6	0,461	0,271	0,28	6,093	0,075	
112	0		66%	0,33	74,4	0	25,6	3	5,1	7,6	49,29	7,1	0,446	0,265	0,591	6,363	0,082	
113	ICBP	0	75%	0,43	80,53	0	19,47	3	11,4	18	193	8,9	0,744	0,121	0,415	9,843	0,033	
114		0	85%	0,43	80,53	0	19,47	3	11,1	18,8	227	8,7	0,732	0,112	0,458	10,345	0,037	
115		1	84%	0,5	80,53	0	19,47	3	11,3	18,9	257	9,5	0,697	0,121	0,43	9,436	0,04	
116		1	63%	0,5	80,53	0	19,47	3	13,1	20,8	309	10,4	0,685	0,126	0,415	8,851	0,043	
117		1	64%	0,5	80,53	0	19,47	3	11,7	18,3	326	10,7	0,689	0,14	0,412	8,629	0,037	
118		1	60%	0,5	80,53	0	19,47	3	14,1	21,7	392	11,9	0,681	0,149	0,512	8,993	0,035	
119		1	62%	0,5	80,53	0	19,47	3	14,7	21,7	432	11,9	0,659	0,156	0,394	10,236	0,036	
120	ALTO	0	53%	0,33	81,01	0	18,99	2	1,1	3,2	7,5	3,4	0,713	0,121	0,545	0,739	0,002	

121	0	54%	0,33	81,01	0	18,99	2	0,8	1,9	-4,6	-3,1	0,63	0,329	0,325	2,111	0,003
122	0	55%	0,33	72,39	0	27,61	2	-2,05	-4,77	-11	-8,01	0,707	0,46	0,632	2,508	0,018
123	0	67%	0,5	67,11	0	32,89	2	-2,24	-5,44	-11,93	-8,82	0,703	0,569	1,327	2,819	0,036
124	0	63%	0,5	37,65	2,24	60,11	2	-5,67	-14,99	-28,49	-23,97	0,843	0,77	0,93	5,633	0,03
125	0	62%	0,5	39,05	2,23	58,72	2	-2,9	-8,31	-15,01	-11,08	0,901	0,795	1,31	5,548	0,027
126	0	71%	0,5	40,55	2,24	57,21	2	-0,58	-1,68	-3,36	-1,86	0,878	0,745	1,131	7,281	0,017

PLS ALGORITHM

Path Coefficients

	Keunggulan Bersaing	Kinerja Keuangan	Reputasi Perusahaan	Tanggungjawab Sosial	Tata Kelola Perusahaan
Keunggulan Bersaing					
Kinerja Keuangan	0,483				
Reputasi Perusahaan	0,481	0,379			
Tanggungjawab Sosial	0,079	0,087			
Tata Kelola Perusahaan	0,375	0,794			

INDIRECT EFFECTS

Total Indirect Effect

	Keunggulan Bersaing	Kinerja Keuangan	Reputasi Perusahaan	Tanggungjawab Sosial	Tata Kelola Perusahaan
Keunggulan Bersaing					
Kinerja Keuangan					
Reputasi Perusahaan	0,338				
Tanggungjawab Sosial	0,342				
Tata Kelola Perusahaan	0,383				

Spesific Indirect Effects

	Specific Indirect Effects
Reputasi Perusahaan -> Kinerja Keuangan -> Keunggulan Bersaing	0,338
Tanggungjawab Sosial -> Kinerja Keuangan -> Keunggulan Bersaing	0,342
Tata Kelola Perusahaan -> Kinerja Keuangan -> Keunggulan Bersaing	0,383

Outer Loadings

	Keunggulan Bersaing	Kinerja Keuangan	Reputasi Perusahaan	Tanggungjawab Sosial	Tata Kelola Perusahaan
X1			1,000		
X2				1,000	
X31					0,865
X32					0,821
X33					0,751
X34					0,865
X35					0,751
Y11	0,844				
Y12	0,891				
Y13	0,799				
Y14	0,858				
Y15	0,735				
Z11		0,831			
Z12		0,855			
Z13		0,874			

Z14		0,759			
-----	--	-------	--	--	--

Outer Weights

	Keunggulan Bersaing	Kinerja Keuangan	Reputasi Perusahaan	Tanggungjawab Sosial	Tata Kelola Perusahaan
X1			1,000		
X2				1,000	
X31					0,251
X32					0,225
X33					0,257
X34					0,275
X35					0,223
Y11	0,267				
Y12	0,246				
Y13	0,234				
Y14	0,218				
Y15	0,247				
Z11		0,289			
Z12		0,322			
Z13		0,348			
Z14		0,237			

QUALITY CRITERIA

R Square

	R Square	R Square Adjusted
Keunggulan Bersaing	0,720	0,710
Kinerja Keuangan	0,647	0,638

f Square

	Keunggulan Bersaing	Kinerja Keuangan	Reputasi Perusahaan	Tanggungjawab Sosial	Tata Kelola Perusahaan
Keunggulan Bersaing					
Kinerja Keuangan	0,293				
Reputasi Perusahaan	0,102	0,211			
Tanggungjawab Sosial	0,013	0,013			
Tata Kelola Perusahaan	0,123	0,781			

Construct Reliability and Validity

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Keunggulan Bersaing	0,883	0,885	0,915	0,684
Kinerja Keuangan	0,851	0,867	0,899	0,690
Reputasi Perusahaan	1,000	1,000	1,000	1,000
Tanggungjawab Sosial	1,000	1,000	1,000	1,000
Tata Kelola Perusahaan	0,870	0,874	0,906	0,659

PLS BOOTSTRAPPING

Path Coefficients

Mean, STDEV, T-Values, P-Values

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Kinerja Keuangan -> Keunggulan Bersaing	0,483	0,465	0,120	4,009	0,000
Reputasi Perusahaan -> Keunggulan Bersaing	0,481	0,416	0,066	2,105	0,003
Reputasi Perusahaan -> Kinerja Keuangan	0,379	0,375	0,069	3,007	0,031
Tanggungjawab Sosial -> Keunggulan Bersaing	0,079	0,101	0,077	1,026	0,305
Tanggungjawab Sosial -> Kinerja Keuangan	0,087	0,098	0,078	1,118	0,264
Tata Kelola Perusahaan -> Keunggulan Bersaing	0,375	0,366	0,107	3,510	0,000
Tata Kelola Perusahaan -> Kinerja Keuangan	0,794	0,788	0,083	9,592	0,000

Total Indirect Effects

Mean, STDEV, T-Values, P-Values

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Kinerja Keuangan -> Keunggulan Bersaing					
Reputasi Perusahaan -> Keunggulan Bersaing	0,338	0,336	0,136	2,060	0,036
Reputasi Perusahaan -> Kinerja Keuangan					
Tanggungjawab Sosial -> Keunggulan Bersaing	0,342	0,344	0,137	2,129	0,047
Tanggungjawab Sosial -> Kinerja Keuangan					
Tata Kelola Perusahaan -> Keunggulan Bersaing	0,383	0,369	0,111	3,452	0,001
Tata Kelola Perusahaan -> Kinerja Keuangan					

Specific Indirect Effects

Mean, STDEV, T-Values, P-Values

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Reputasi Perusahaan -> Kinerja Keuangan -> Keunggulan Bersaing	0,338	0,336	0,136	2,060	0,036
Tanggungjawab Sosial -> Kinerja Keuangan -> Keunggulan Bersaing	0,342	0,344	0,137	2,129	0,047
Tata Kelola Perusahaan -> Kinerja Keuangan -> Keunggulan Bersaing	0,383	0,369	0,111	3,452	0,001

Outer Loadings

Mean, STDEV, T-Values, P-Values

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
X1 <- Reputasi Perusahaan	1,000	1,000	0,000		
X2 <- Tanggungjawab Sosial	1,000	1,000	0,000		
X31 <- Tata Kelola Perusahaan	0,865	0,867	0,019	44,739	0,000
X32 <- Tata Kelola Perusahaan	0,821	0,823	0,026	31,670	0,000
X33 <- Tata Kelola Perusahaan	0,751	0,748	0,038	20,006	0,000
X34 <- Tata Kelola Perusahaan	0,865	0,866	0,030	28,484	0,000
X35 <- Tata Kelola Perusahaan	0,751	0,750	0,028	26,993	0,000
Y11 <- Keunggulan Bersaing	0,844	0,843	0,026	32,405	0,000
Y12 <- Keunggulan Bersaing	0,891	0,879	0,045	19,786	0,000
Y13 <- Keunggulan Bersaing	0,799	0,811	0,073	10,988	0,000
Y14 <- Keunggulan Bersaing	0,858	0,852	0,053	16,148	0,000
Y15 <- Keunggulan Bersaing	0,735	0,733	0,044	16,707	0,000
Z11 <- Kinerja Keuangan	0,831	0,827	0,043	19,328	0,000
Z12 <- Kinerja Keuangan	0,855	0,850	0,033	25,895	0,000
Z13 <- Kinerja Keuangan	0,874	0,876	0,021	42,178	0,000
Z14 <- Kinerja Keuangan	0,759	0,759	0,059	12,929	0,000

Outer Weights

Mean, STDEV, T-Values, P-Values

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)
X1 <- Reputasi Perusahaan	1,000	1,000	0,000	
X2 <- Tanggungjawab Sosial	1,000	1,000	0,000	
X31 <- Tata Kelola Perusahaan	0,251	0,252	0,013	18,734
X32 <- Tata Kelola Perusahaan	0,225	0,226	0,015	15,474
X33 <- Tata Kelola Perusahaan	0,257	0,252	0,029	8,915
X34 <- Tata Kelola Perusahaan	0,275	0,275	0,011	24,177
X35 <- Tata Kelola Perusahaan	0,223	0,223	0,014	16,224
Y11 <- Keunggulan Bersaing	0,267	0,265	0,018	14,623
Y12 <- Keunggulan Bersaing	0,246	0,243	0,012	19,700
Y13 <- Keunggulan Bersaing	0,234	0,239	0,016	14,572
Y14 <- Keunggulan Bersaing	0,218	0,220	0,016	13,805
Y15 <- Keunggulan Bersaing	0,247	0,247	0,022	11,234
Z11 <- Kinerja Keuangan	0,289	0,290	0,019	15,274
Z12 <- Kinerja Keuangan	0,322	0,319	0,016	19,682
Z13 <- Kinerja Keuangan	0,348	0,351	0,028	12,569
Z14 <- Kinerja Keuangan	0,237	0,238	0,021	11,362

