

PENGARUH PERILAKU PEMILIK ATAS ISU MANAJEMEN LINGKUNGAN TERHADAP KINERJA KEUANGAN MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* PADA PERUSAHAAN DI WILAYAH SURABAYA

Swandayani Seputro dan Josua Tarigan
Akuntansi Bisnis Universitas Kristen Petra
Email: josuat@petra.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh perilaku pemilik atas isu manajemen lingkungan terhadap kinerja keuangan pada perusahaan di wilayah Surabaya, dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. Jenis penelitian yang dilakukan adalah kuantitatif kausalitas. Sampel penelitian adalah pemilik perusahaan di Surabaya, yang berjumlah 56 orang. Penelitian ini menggunakan teknik analisis Partial Least Square (PLS). Hasil penelitian menunjukkan perilaku pemilik atas isu manajemen lingkungan berpengaruh masing-masing terhadap kepuasan pelanggan dan kinerja keuangan, semakin baik perilaku pemilik atas isu manajemen lingkungan maka pelanggan semakin puas dan kinerja keuangan semakin baik. Selain itu, disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan juga berpengaruh terhadap kinerja keuangan, jadi semakin tinggi kepuasan pelanggan maka semakin tinggi pula kinerja keuangan perusahaan.

Kata Kunci: *Global Warming, Non-financial Aspect, Triple Bottom Line, Perilaku pemilik, Kepuasan Pelanggan, Kinerja Keuangan.*

ABSTRACT

The aim of this study was to know the influence of the owner's behavior on the issue of environmental management toward financial performance, with customer's satisfaction as an intervening variable. The type of research was quantitative research. The sample was the owner of the companies in Surabaya, totaling 56 peoples. This study used analysis techniques Partial Least Square (PLS). The results showed the owner's behavior on environmental management issues affect on each of the customer's satisfaction and financial performance, the better the owner's behavior of environmental management issue, the more satisfied customers and better financial performance. In addition, it was concluded that customer's satisfaction also affect financial performance, so the higher customer's satisfaction, the higher the company's financial performance.

Keywords: *Global Warming, Non-financial Aspect, Triple Bottom Line, Owner's Behavior, Customer Satisfaction, Financial Performance.*

PENDAHULUAN

Setiap perusahaan memerlukan pengukuran kinerja dalam perusahaannya, pengukuran kinerja ini dilakukan untuk mempertahankan organisasi atau perusahaan dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin hari semakin ketat. Sistem pengukuran kinerja perusahaan selama ini masih banyak dijumpai dengan menggunakan pengukuran kinerja keuangan (*financial*

aspect) saja. Aspek diluar keuangan (*non-financial aspect*) saat ini juga menjadi beberapa landasan yang dapat dimasukkan kedalam kriteria untuk mengukur apakah perusahaan sudah memiliki kinerja yang baik atau belum.

Beredarnya isu mengenai lingkungan dan *global warming* merupakan landasan pentingnya pengukuran kinerja *non-financial aspect*, sehingga saat ini aspek *sustainability* menjadi salah satu tolak ukur kinerja yang

mulai diperhatikan oleh perusahaan, hal ini terbukti dari kunci keberhasilan di dalam suatu persaingan mengalami perkembangan. Mulai dari *cost* kemudian bergeser ke *quality* lalu ke *delivery* dan dilanjutkan ke *flexibility* dan kemudian bergerak ke *innovation* sampai akhirnya saat ini di *sustainability*. Konsep *sustainability* terdiri dari tiga aspek yaitu *people*, *profit* dan *planet*.

Menurut Elkington (1998), dalam paradigma bisnis yang lama, organisasi bisnis hanya dibangun dengan single P (*Profit*), namun sejalan dengan isu *global warming* saat ini, organisasi mulai memperhitungkan konsep 3P, bukan hanya Profit, namun juga harus melihat konsep Planet dan People.

Penelitian yang dilakukan Luo & C. B. Bhattacharya (2006), Ochoti et al. (2013), Cornett et al. (2014), dan Tarigan dan Hatane (2014), semuanya menghubungkan isu lingkungan dengan kinerja keuangan yang diukur menggunakan data sekunder. Penelitian yang menggunakan data sekunder cenderung menghasilkan hasil yang bervariasi, hal ini disebabkan karena data sekunder yang dikaitkan dengan isu lingkungan masih sangat terbatas. Hirst (1891) juga meneliti mengenai isu lingkungan yang membawa ketidakpastian dalam pengaruh perilaku dan kinerja manajer karena prestasi yang dicapai oleh seseorang akan diketahui secara jelas apabila lingkungan dalam kondisi stabil, sehingga lingkungan akan mempengaruhi perilaku dan kinerja manajer.

Penelitian yang dilakukan oleh Cummings (2008), Alafi dan Al Sufi (2012), dan Lopez et al. (2005) juga membahas tentang isu lingkungan akan tetapi menggunakan pendekatan data primer yang berasal dari studi perilaku, yang terlihat lebih berdampak dan menghasilkan kajian yang lebih dalam dibandingkan hanya uji korelasi diantara data sekunder.

Oleh karena itu dalam penelitian ini, peneliti tertarik untuk melihat bagaimana hubungan perilaku pemilik (*belief system*) atas isu manajemen lingkungan dilihat dari sisi kinerja keuangan dengan menggunakan data primer, dan menggunakan variabel *customer satisfaction* sebagai variabel intervening. Sehingga, penelitian ini berjudul "Pengaruh Perilaku Pemilik Atas Isu Manajemen Lingkungan terhadap Kinerja Keuangan Melalui *Customer Satisfaction* Pada Perusahaan di Wilayah Surabaya".

NEP : Teori Perilaku Atas Lingkungan

Dunlap (2000) mendefinisikan perilaku pemilik sebagai "*belief system*" setiap pemilik atas praktek manajemen lingkungan dalam setiap organisasi. Peneliti perilaku pemilik dengan pernyataan "*belief system*" muncul pada tahun 1978 dan pertama kali diungkapkan oleh Dunlap dan Van Liere. Pembaharuan terjadi ditahun 2000, Dunlap dan Van Lerie mengembangkan penelitian terbarunya yaitu New Environmental Paradigm (NEP). Dalam NEP yang lama, alat ukur ini terdiri atas 12 item pertanyaan yang kemudian di ukur dengan menggunakan lima skala-likert. Dalam NEP terbaru Dunlap (2000) alat ukur ini terdiri atas 15-item pertanyaan. Sementara dalam penelitian selanjutnya yang dilakukan Cummings (2008) skor NEP terbagi menjadi 18 Pertanyaan yang semuanya diukur menggunakan skala likert.

Delapan belas item pertanyaan dari NEP yang diperbaharui terdiri dari:

1. Karyawan memiliki dampak yang signifikan terhadap lingkungan sesuai yang telah diedukasi perusahaan.
2. Manajemen perusahaan memiliki divisi lingkungan sendiri, yang bertugas khusus dalam mengelola lingkungan.
3. Biaya untuk pengelolaan lingkungan adalah penting sebagai cara untuk mengurangi green house gases.
4. Pemerintah melakukan pengurangan subsidi terhadap bahan baku alam sebagai bentuk konservasi lingkungan.
5. Sanksi perdagangan dapat dikenakan kepada negara yang tidak menerepkan peraturan lingkungan internasional.
6. Kepentingan lingkungan secara internasional harus disesuaikan dengan kepentingan lingkungan secara nasioal.
7. Setiap perushaan harus mampu menerapkan standar internasional terhadap pengukuran kinerja lingkungan.
8. Manfaat utama dari standar lingkungan secara internasional (seperti ISO 14. 000) memberikan keuntungan finansial terhadap perusahaan.
9. Pemerintah harus mengendalikan secara terpusat terhadap lingkungan berdasarkan regulasi yang dikeluarkan.
10. Polusi yang dialami suatu negara dapat berakibat terhadap kondisi keuangan dan kondisi sosial negara lain.
11. Setiap perusahaan harus memperhatikan masyarakat lokal ketika akan mengeluarkan kebijakan lingkungan.

12. Pemilik perusahaan harus melakukan diskusi dengan pemangku kepentingan mengenai kebijakan lingkungan.

13. Tanggung jawab implementasi manajemen lingkungan sepenuhnya dipegang oleh minimal manajer senior.

14. Perusahaan wajib mencatat setiap data yang menunjukkan tingkat polusi.

15. Peraturan harus diberlakukan untuk memberikan arah kepada pemilik dalam membuat keputusan perusahaan, tanpa takut menghadapi proses hukum.

16. Setiap perusahaan manufaktur harus mempublikasikan mengenai laporan lingkungan secara terpisah, untuk melengkapi laporan keuangan.

17. Kinerja lingkungan dari sebuah perusahaan harus di verifikasi oleh auditor independen.

18. Peraturan lingkungan harus diterapkan dengan sama oleh perusahaan lokal maupun perusahaan asing.

Teori Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler dan Keller (2009) bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja atau hasil dari sebuah produk yang di pikirkan terhadap kinerja atau hasil yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan, konsumen tidak puas. Jika kinerja melebihi harapan maka konsumen akansangat senang atau puas. Harapan-harapan konsumen ini dapat diketahui dari pengalaman mereka sendiri saat menggunakan produk tersebut, omongan-omongan orang lain, dan informasi iklan yang dijanjikan oleh perusahaan yang menghasilkan produk tadi.

Indikator kepuasan pelanggan yang digunakan dalam penelitian ini mengadopsi 7 indikator pada penelitian Akbari et al (2013) karena dikaitkan dengan kepuasan pelanggan berdasarkan prespektif karyawan perusahaan. Didalam indikator kepuasan pelanggan dari perspektif karyawan terdapat tujuh indicator didalamnya, antara lain :

1. Perusahaan dikenal memiliki layanan terbaik.
2. Perusahaan selalu mencoba mengenalkan layanan baru kepada pelanggan.
3. Perusahaan mengetahui kebutuhan pelanggan.
4. Perusahaan mampu memenuhi kebutuhan pelanggan lebih baik dibandingkan perusahaan lain.

5. Pelanggan sudah merasa puas setelah menerima layanan perusahaan.

6. Pelanggan merasa puas terhadap pelayanan karyawan perusahaan.

7. Perusahaan menjaga hubungan jangka panjang.

Kinerja Keuangan

Kinerja atau yang kita kenal sebagai *performance* memiliki arti sebagai suatu prestasi yang dicapai sebuah perusahaan dalam suatu periode tertentu yang mencerminkan tingkat kesehatan perusahaan tersebut (Sugiarso dan Winarni, 2005).

Penelitian yang dilakukan oleh Lopez, Peon dan Ordas (2005) meyakini supaya data kinerja yang sensitive tidak mudah hilang, maka digunakan pendekatan yang tidak langsung dalam pengumpulan data yaitu dengan cara melakukan suatu presepsi. Suatu presepsi merupakan cara responden tidak diminta secara langsung dalam melakukan pengukuran objektif dari kinerja keuangan perusahaan, melainkan responden diminta untuk melaporkan tingkat kepuasan mereka terhadap kinerja perusahaannya (Lopez, Peon, and Ordas, 2005). Pengumpulan presepsi dilakukan ketika data laporan perusahaan keuangan perusahaan tidak tersedia atau dikarenakan tidak memungkinkannya dilakukan perbandingan yang akurat antar perusahaan.

Menurut Moorman (1995) dalam Setiawan dan Elsy (2014), indikator dalam *financial performance* meliputi: *cost, sales, profitability, dan marketshare* yang kesemuanya diukur menggunakan pendekatan skala likert melalui kuesioner. Lopez et al. (2005) dalam penelitiannya membagi *financial performance* ke dalam 4 indikator yang kesemuanya juga diukur menggunakan skala likert melalui kuesioner, yaitu terdiri dari *profitability, sales growth, profit growth, dan sales margin*. Hatane (2014) dalam penelitiannya mengadopsi indikator Lopez (2005) tetapi dengan memecah empat indikator menjadi enam indikator, yaitu terdiri dari *return on assets (ROA), return on equity (ROE), sales growth, net profit, profit growth, dan market share*.

Indikator *financial performance* yang digunakan dalam penelitian ini mengadopsi indikator pada penelitian Lopez (2005) karena dikaitkan dengan isu lingkungan, antara lain:

1. *Profitability*, merupakan penilaian pemilik mengenai kemampuan

perusahaan untuk mencapai laba bersih sesuai target.

2. *Sales growth*, merupakan penilaian pemilik mengenai kemampuan perusahaan untuk mencapai pertumbuhan penjualan yang telah ditargetkan.

3. *Profit growth*, merupakan penilaian pemilik mengenai kemampuan perusahaan untuk mencapai pertumbuhan laba sesuai dengan yang ditargetkan.

4. *Sales margin*, merupakan penilaian pemilik mengenai kemampuan perusahaan untuk menguasai pangsa pasar.

Hubungan Perilaku Pemilik Atas Isu Manajemen Lingkungan dan Kepuasan Pelanggan

Teori stakeholder dan teori legitimasi memfokuskan perusahaan terhadap interaksinya dengan masyarakat sebagai salah satu stakeholdernya, sehingga perusahaan harus mampu menciptakan keselarasan antara nilai-nilai lingkungan yang melekat pada kegiataannya dengan norma-norma perilaku yang ada dalam sistem sosial masyarakat. Kedua teori ini akan mempengaruhi bagaimana *mindset* dan perilaku pemilik perusahaan atas manajemen lingkungan. Dunlap (2000) menjelaskan perilaku ini sebagai sistem keyakinan pengelola perusahaan atas praktek manajemen lingkungan.

El-Garaihy et al. (2014) dan Chung et al. (2015) menjelaskan *ethical* sebagai salah satu aspek tanggungjawab perusahaan terhadap lingkungan sekitar, yang terbukti memberikan dampak yang positif terhadap kepuasan pelanggan (Alafi, 2012). Luo dan Bhattacharya (2006) memberikan tiga alasan mengapa inisiatif perusahaan terhadap lingkungan akan mengarah pada kepuasan pelanggan yang lebih tinggi, pertama mengenai teori legitimasi dan teori stakeholder yang menunjukkan bahwa hubungan perusahaan dan konsumen tidak hanya mengenai ekonomi, tetapi juga merupakan sebuah keluarga dan bagian dari masyarakat. Kedua, akan menciptakan sikap konsumen yang positif terhadap perusahaan. Dan ketiga, secara teori aktivitas lingkungan sebagai tanggungjawab sosial akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Dari beberapa penelitian di atas membuktikan bahwa perusahaan yang memiliki *mindset* dan perilaku yang bertanggungjawab terhadap lingkungan, akan direspon positif

oleh pelanggan, sehingga cenderung akan puas dengan produk perusahaan. Berdasarkan teori dan hasil penelitian empiris tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₁ : Terdapat pengaruh perilaku pemilik atas isu manajemen lingkungan terhadap kepuasan pelanggan

Hubungan Perilaku Pemilik Atas Isu Manajemen Lingkungan dan Kinerja Keuangan

Cummings (2008) dalam penelitiannya membuktikan bahwa isu manajemen lingkungan menjadi faktor yang signifikan dalam menentukan perilaku manajer terhadap praktek manajemen lingkungan dilihat dari kinerja keuangan. Chvatalova dkk. (2011) juga membuktikan pengelolaan lingkungan yang dilaporkan secara berkelanjutan akan meningkatkan kinerja keuangan perusahaan. Chung et al. (2015) juga menjelaskan bahwa selain kepuasan terhadap produk dan layanan perusahaan, *customer satisfaction* juga dapat diukur melalui kepuasan pelanggan terhadap kebijakan lingkungan yang dilakukan perusahaan, sesuai teori legitimasi, tentunya kebijakan lingkungan tersebut harus memfokuskan pada kesamaan keyakinan dan kesamaan *mindset* antara pemilik perusahaan dengan masyarakat. Perusahaan yang memiliki *mindset* lingkungan yang sesuai dengan masyarakat sekitar, akan bisa beroperasi dengan normal karena operasional perusahaan didukung oleh salah satu stakeholdernya (masyarakat). Kepercayaan oleh masyarakat akan menjaga pelanggan untuk tetap membeli atau menggunakan produk perusahaan, sehingga berdampak positif terhadap kinerja keuangan perusahaan.

Cumming (2008) juga menjelaskan sistem keyakinan yang positif dalam memandang isu lingkungan dapat mengurangi potensi kerugian yang bisa dialami perusahaan. Implementasi sistem keyakinan yang positif terhadap lingkungan dapat mengurangi potensi biaya yang besar untuk memperbaiki kerusakan lingkungan yang mungkin ditimbulkan oleh aktivitas perusahaan, misalnya pembuangan limbah yang tidak terkontrol.

Berdasarkan teori dan hasil penelitian empiris di atas, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₂ : Terdapat pengaruh perilaku pemilik atas isu manajemen lingkungan terhadap kinerja keuangan

Hubungan Kepuasan Pelanggan dan Kinerja Keuangan

Penelitian yang dilakukan Luo dan Bhattacharya (2006) memberikan hasil bahwa kepuasan pelanggan mampu memberikan dampak yang positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan, kinerja keuangan disini diukur menggunakan data sekunder yang terdiri dari rasio *stock return* dan *tobin's q*. Sedangkan penelitian Alafi dan Al Sufi (2012) dalam penelitiannya juga memberikan hasil yang sama, bahwa kepuasan pelanggan mampu memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan kinerja keuangan perusahaan. Variabel kinerja keuangan pada penelitian Alafi dan Al Sufi (2012) dianggap sebagai variabel laten, yang diukur menggunakan data primer. Penelitian di atas membuktikan bahwa pelanggan yang merasa puas menggunakan produk atau jasa perusahaan, maka akan semakin loyal. Loyalitas tersebut tercermin dari beberapa hal, yaitu melakukan pembelian ulang, menceritakan kepada orang lain mengenai produk/jasa perusahaan, dan bahkan merekomenda-sikan, hal ini secara tidak langsung akan meningkatkan kuantitas pembelian oleh konsumen, sehingga penjualan perusahaan akan meningkat. Penjualan yang semakin meningkat, tentunya akan berdampak bagus terhadap kinerja keuangan perusahaan. Dengan demikian, berdasarkan teori dan hasil penelitian empiris tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₃ : Terdapat pengaruh kepuasan pelanggan terhadap kinerja keuangan

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini terdapat tiga macam variabel, yaitu variabel independen, variabel dependen, dan variabel perantara (*intervening*).

a. Variabel Independen

Variabel independen yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah perilaku pemilik atas isu manajemen lingkungan. Perilaku pemilik atas isu lingkungan merupakan "*belief system*" setiap pemilik atas praktek manajemen lingkungan dalam setiap organisasi (Cummings, 2008). Pada penelitian ini, perilaku pemilik atas isu lingkungan akan diukur dengan menggunakan 18 item NEP (*new environmental paradigm*).

b. Variabel Dependen

Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Financial Performance*. *Financial performance* atau kinerja keuangan merupakan kemampuan perusahaan menghasilkan laba (*profit*) selama periode tertentu dengan menggunakan aset atau modal, baik modal secara keseluruhan maupun modal sendiri perusahaan dalam menjual produk atau jasanya pada periode tertentu sebagai ukuran keberhasilan perusahaan (Leland dan Pyle, 1977). Indikator *financial performance* yang digunakan dalam penelitian ini mengadopsi indikator pada penelitian Hatane (2014) dan Lopez (2005) karena dikaitkan dengan isu lingkungan, yaitu *profitability*, *sales growth*, *profit growth*, dan *sales margin*

c. Variabel Intervening

Variabel intervening (variabel antara) yang digunakan dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan. Kotler dan Keller (2009) mendefinisikan kepuasan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja atau hasil dari sebuah produk yang di pikirkan terhadap kinerja atau hasil yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan, konsumen tidak puas. Jika kinerja melebihi harapan maka konsumen akan sangat senang atau puas. Harapan-harapan konsumen ini dapat diketahui dari pengalaman mereka sendiri saat menggunakan produk tersebut, omongan orang lain, dan informasi iklan yang dijanjikan oleh perusahaan yang menghasilkan produk tadi.

Kepuasan pelanggan dari perspektif karyawan (*Customer satisfaction from the employees perspective*), merupakan reaksi emosional pelanggan yang dirasakan dari hasil interaksi dengan organisasi atau perusahaan terhadap penyedia pelayanan atau produk. Didalam indikator kepuasan pelanggan dari perspektif karyawan

terdapat tujuh indikator didalamnya, antara lain :

1. Layanan yang tepat dan melaksanakan tugas dengan baik
2. Presentasi layanan baru untuk pelanggan
3. Kebutuhan pelanggan
4. Menanggapi kebutuhan pelanggan lebih baik dari organisasi lain.
5. Pelanggan merasa puas untuk menerima layanan kami.
6. Pelanggan memuaskan dari cara personil.
7. Hubungan dan komunikasi dengan pelanggan dalam waktu yang lama.

Skala pengukuran atau *measurement scale* adalah suatu alat yang digunakan untuk memberikan angka terhadap objek atau kejadian empiris. Kompleksitas dan variasi alat pengukuran amat beragam, dan semua skala memiliki ciri-ciri yang berbeda-beda. (Kuncoro, 2009). Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah Skala Likert.

Penelitian ini menggunakan populasi perusahaan yang berbadan hukum Perseroan Terbatas (PT) di wilayah Surabaya. Hal ini sebagai kriteia, agar perusahaan yang diteliti minimal sudah cukup besar dari badan hukum. Daftar perusahaan diambil dari perusahaan yang berbadan hukum "PT" dan terdaftar pada Departemen Perindustrian dan Perdagangan (DISPERINDAG) Kota Surabaya.

Agar setiap data yang ada dapat digunakan untuk dasar pengambilan keputusan, maka data tersebut harus diolah dengan baik. Ada beberapa tahapan yang harus dilalui dalam teknik analisis data, yaitu statistik deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, dan *partial least square*.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Profil Responden

Hasil deskripsi responden menunjukkan bahwa mayoritas pemilik perusahaan di wilayah Surabaya yang menjadi responden pada penelitian ini adalah pria (57,14%), berusia antara 22 hingga 27 tahun (35,71%), perusahaannya berjenis manufaktur (62,50%),

dan memiliki jumlah karyawan kurang dari 100 orang (62,50%).

Deskripsi Jawaban Responden

Deskripsi variabel perilaku pemilik atas isu manajemen lingkungan memiliki nilai rata-rata sebesar 3,94 dengan kategori setuju artinya responden setuju bahwa pemilik perusahaan di wilayah Surabaya yang menjadi obyek pada penelitian ini memiliki perilaku yang baik atas isu manajemen lingkungan. Indikator yang memiliki nilai mean tertinggi adalah NEP 14 dengan nilai mean sebesar 4,13, artinya pemilik menilai pemikiran bahwa perusahaan seharusnya menjaga tingkat polusi sesuai dengan aturan yang ada. Sedangkan indikator yang memiliki nilai mean terendah adalah NEP 1 dengan nilai mean sebesar 3,68, artinya persepsi pemilik mengenai karyawan yang sudah memiliki dampak signifikan terhadap keberlanjutan lingkungan alam (*sustainability*).

Hasil deskripsi variabel kepuasan pelanggan memiliki nilai rata-rata sebesar 4,01 dengan kategori setuju artinya karyawan perusahaan setuju bahwa perusahaan memiliki pelanggan yang puas. Indikator yang memiliki nilai mean tertinggi adalah CS 2 dengan nilai mean sebesar 4,05, artinya anggapan karyawan bahwa perusahaan selalu berusaha mempresentasikan layanan-layanan baru kepada pelanggan. Sedangkan indikator yang memiliki nilai mean terendah adalah CS 3 dengan nilai mean sebesar 3,98, artinya pengetahuan perusahaan atas kebutuhan pelanggan.

Hasil deskripsi variabel kinerja keuangan memiliki nilai rata-rata sebesar 4,04 dengan kategori setuju artinya pemilik setuju bahwa perusahaan di wilayah Surabaya yang menjadi obyek pada penelitian ini memiliki kinerja keuangan yang baik. Indikator kinerja keuangan yang memiliki nilai mean tertinggi adalah FP 3 dengan nilai mean sebesar 4,20, artinya perusahaan sudah mampu mencapai pertumbuhan laba sesuai yang ditargetkan (*profit growth*). Sedangkan indikator kinerja keuangan yang memiliki nilai mean terendah adalah FP 1 dengan nilai mean sebesar 3,80, mengenai kemampuan perusahaan untuk mencapai pertumbuhan penjualan sesuai target (*sales growth*).

Analisis *Partial Least Square*

1. *Convergent Validity*

Hasil pengujian *convergent validity* menunjukkan nilai *outer loading* untuk masing-masing indikator pada variabel perilaku pemilik atas isu manajemen lingkungan, kepuasan pelanggan, dan kinerja keuangan semuanya memiliki nilai lebih dari 0,50. Hal ini berarti indikator-indikator yang digunakan dalam penelitian ini telah memenuhi *convergent validity* dan selanjutnya dapat digunakan untuk menyusun model penelitian.

2. *Discriminant Validity*

Hasil pengujian *discriminant validity* menunjukkan nilai *cross loading* semua indikator yang menyusun masing-masing variabel perilaku pemilik atas isu manajemen lingkungan, kepuasan pelanggan, dan kinerja keuangan (nilai yang dicetak tebal) telah memenuhi *discriminant validity* karena memiliki nilai *cross loading* terbesar untuk variabel yang dibentuknya dan kecil pada variabel yang lain. Dengan demikian semua indikator di tiap variabel perilaku pemilik atas isu manajemen lingkungan, kepuasan pelanggan, dan kinerja keuangan telah memenuhi *discriminant validity*.

Variabel perilaku pemilik atas isu manajemen lingkungan, kepuasan pelanggan, dan kinerja keuangan juga memiliki nilai akar AVE yang lebih besar apabila dibandingkan dengan nilai korelasi antara variabel tersebut dengan variabel lainnya di dalam model, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel perilaku pemilik atas isu manajemen lingkungan, kepuasan pelanggan, dan kinerja keuangan telah memiliki *discriminant validity* yang baik.

3. *Composite Reliability*

Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai *composite reliability* dari setiap variabel penelitian memiliki nilai lebih dari 0,70. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa masing-masing variabel perilaku pemilik atas isu manajemen lingkungan, kepuasan pelanggan, dan kinerja keuangan telah memenuhi *composite reliability*.

4. Nilai *R-Square*

Nilai *R-Square* untuk variabel kepuasan pelanggan adalah sebesar 0,265 memiliki arti bahwa prosentase besarnya pengaruh perilaku pemilik atas isu manajemen lingkungan terhadap kepuasan

pelanggan adalah sebesar 26,5% sedangkan sisanya yaitu sebesar 73,5% dijelaskan oleh variabel lain.

Nilai *R-Square* untuk kinerja keuangan adalah sebesar 0,426 memiliki arti bahwa prosentase besarnya pengaruh perilaku pemilik atas isu manajemen lingkungan dan kepuasan pelanggan terhadap kinerja keuangan adalah sebesar 42,6% sedangkan sisanya yaitu sebesar 57,4% dijelaskan oleh variabel lain.

Pada model PLS, penilaian *goodness of fit* diketahui dari nilai Q^2 . Nilai Q^2 memiliki arti yang sama dengan koefisien determinasi (*R-Square*) pada analisis regresi, dimana semakin tinggi *R-Square*, maka model dapat dikatakan semakin fit dengan data, dan dapat dihitung nilai Q^2 sebagai berikut:

$$\text{Nilai } Q^2 = 1 - (1 - 0,265) \times (1 - 0,426) \\ = 0,578$$

Dari hasil perhitungan diketahui nilai Q^2 sebesar 0,578, artinya besarnya keragaman dari data penelitian yang dapat dijelaskan oleh model struktural yang dikembangkan dalam penelitian ini adalah sebesar 57,8%.

5. Pengujian Hipotesis dengan *Inner Weight*

Tabel 1. *Inner Weight*

Pengaruh Antar Variabel	Original Sample (O)	T Statistics ((O/STERR))
Perilaku pemilik atas isu manajemen lingkungan → Kepuasan pelanggan	0,515	4,675
Perilaku pemilik atas isu manajemen lingkungan → Kinerja keuangan	0,224	2,237
Kepuasan pelanggan → Kinerja keuangan	0,508	4,696

Nilai koefisien path pengaruh perilaku pemilik atas isu manajemen lingkungan terhadap kepuasan pelanggan adalah 0,515 dengan t hitung 4,675 yang lebih besar dari t tabel 1,96. Hal ini menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara perilaku pemilik atas isu manajemen lingkungan terhadap kepuasan pelanggan, jadi semakin baik perilaku pemilik atas isu manajemen lingkungan, maka semakin tinggi kepuasan pelanggan perusahaan.

Nilai koefisien path pengaruh perilaku pemilik atas isu manajemen lingkungan

terhadap kinerja keuangan adalah 0,224 dengan t hitung 2,237 yang lebih besar dari t tabel 1,96. Hal ini menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara perilaku pemilik atas isu manajemen lingkungan terhadap kinerja keuangan, jadi semakin baik perilaku pemilik atas isu manajemen lingkungan, maka semakin baik pula kinerja keuangan perusahaan.

Nilai koefisien path pengaruh kepuasan pelanggan terhadap kinerja keuangan adalah 0,508 dengan t hitung 4,696 yang lebih besar dari t tabel 1,96. Hal ini menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kepuasan pelanggan terhadap kinerja keuangan, jadi semakin puas pelanggan, maka semakin baik kinerja keuangan perusahaan.

5. Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung

1. Variabel yang paling berpengaruh secara langsung terhadap kinerja keuangan adalah kepuasan pelanggan, selanjutnya perilaku pemilik atas isu manajemen lingkungan.

2. Pengaruh perilaku pemilik atas isu manajemen lingkungan terhadap kinerja keuangan adalah sebesar 0,224, sedangkan pengaruh perilaku pemilik atas isu manajemen lingkungan terhadap kinerja keuangan secara tidak langsung melalui kepuasan pelanggan adalah sebesar 0,262. Dikarenakan nilai pengaruh tidak langsung lebih besar dari pengaruh langsungnya, maka disimpulkan kepuasan pelanggan merupakan variabel intervening. Selain itu, diketahui pengaruh langsungnya signifikan dan pengaruh tidak langsungnya juga melalui dua jalur (path) yang juga signifikan, sehingga dapat disimpulkan juga bahwa kepuasan pelanggan memediasi secara parsial (partial mediation) pengaruh perilaku pemilik atas isu manajemen lingkungan terhadap kinerja keuangan, artinya perilaku pemilik atas isu manajemen lingkungan dapat berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan baik secara langsung maupun secara tidak langsung melalui kepuasan pelanggan.

3. Kepuasan pelanggan terbukti efektif sebagai variabel intervening, yang memediasi dampak perilaku pemilik atas isu manajemen lingkungan untuk meningkatkan kinerja keuangan perusahaan.

Pembahasan Pengaruh Perilaku Pemilik Atas Isu Manajemen Lingkungan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil statistik deskriptif menjelaskan bahwa pemilik perusahaan di wilayah Surabaya yang menjadi obyek pada penelitian memiliki perilaku yang baik atas isu manajemen lingkungan, dengan mean sebesar 3,94. Hasil pengujian outer model menyatakan bahwa kedelapan belas indikator semuanya memiliki peranan yang penting dalam membentuk perilaku pemilik atas isu manajemen lingkungan, yang perlu menjadi perhatian adalah mengenai kesadaran pemilik bahwa tanggung jawab implementasi manajemen lingkungan memang sudah seharusnya menjadi tanggungjawab pimpinan puncak (NEP 13), kesadaran pemilik bahwa peraturan mengenai manajemen lingkungan seharusnya bukan menjadi beban bagi perusahaan namun menjadi tanggungjawab moral perusahaan (NEP 15), dan kesadaran pemilik bahwa perusahaan seharusnya melakukan diskusi terhadap semua pemangku kepentingan organisasi atas kebijakan manajemen lingkungan yang ada (NEP 12). Hal ini dikarenakan ketiga indikator merupakan tiga indikator yang memiliki outer loading terbesar, sehingga paling mencerminkan perilaku pemilik perusahaan atas isu manajemen lingkungan.

Hasil statistik deskriptif juga menjelaskan bahwa perusahaan yang menjadi obyek pada penelitian memiliki pelanggan yang puas, dengan nilai mean sebesar 4,01. Hasil pengujian outer model menyatakan bahwa enam indikator semuanya memiliki peranan yang penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan berdasarkan persepektif karyawan, yang perlu menjadi perhatian adalah mengenai kepuasan pelanggan atas layanan perusahaan, karena indikator tersebut memiliki outer loading terbesar, sehingga disimpulkan kualitas layanan perusahaan adalah indikator yang paling besar dampaknya dalam menciptakan pelanggan-pelanggan yang puas.

Hasil analisis partial least square memberikan kesimpulan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara perilaku pemilik atas isu manajemen lingkungan terhadap kepuasan pelanggan berdasarkan perspektif karyawan, jadi semakin baik perilaku pemilik atas isu manajemen lingkungan maka semakin tinggi kepuasan pelanggan. Dilihat dari nilai outer loading, nilai outer loading

terbesar untuk variabel perilaku pemilik atas isu manajemen lingkungan adalah NEP 13, sedangkan nilai outer loading terbesar untuk variabel kepuasan pelanggan adalah CS 5, hal ini mengindikasikan hubungan antara kedua variabel lebih didominasi oleh dua indikator tersebut, yang artinya semakin besar kesadaran pemilik sebagai manajemen puncak atas tanggungjawab implementasi manajemen lingkungan, akan berdampak pada kondisi kehidupan lingkungan kerja yang nyaman, sehingga setiap karyawan akan dapat bekerja dengan optimal dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan, yang pada akhirnya akan membuat kepuasan pelanggan atas layanan perusahaan akan semakin meningkat.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh El-Garaihy et al. (2014) dan Chung et al. (2015) yang menjelaskan bahwa ethical merupakan salah satu aspek tanggungjawab perusahaan terhadap lingkungan sekitar, yang terbukti memberikan dampak positif terhadap kepuasan pelanggan (Alafi, 2012). Luo dan Bhattacharya (2006) juga memberikan tiga alasan mengapa inisiatif perusahaan terhadap lingkungan akan mengarah pada kepuasan pelanggan yang lebih tinggi, pertama mengenai teori legitimasi dan teori stakeholder yang menunjukkan bahwa hubungan perusahaan dan konsumen tidak hanya mengenai ekonomi, tetapi juga merupakan sebuah keluarga dan bagian dari masyarakat. Kedua, akan menciptakan sikap konsumen yang positif terhadap perusahaan. Dan ketiga, secara teori aktivitas lingkungan sebagai tanggungjawab sosial akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Dengan demikian, pemilik perusahaan yang memiliki mindset dan perilaku yang bertanggungjawab terhadap lingkungan, maka akan direspon positif oleh pelanggan, sehingga cenderung akan puas dengan produk yang dikeluarkan perusahaan.

Pemilik perusahaan yang memiliki perilaku yang baik atas isu manajemen lingkungan maka cenderung memiliki pelanggan yang puas. Menciptakan pelanggan yang puas dapat dilakukan dengan memperbaiki perilaku pemilik atas isu manajemen lingkungan, terutama berkaitan dengan kesadaran pemilik atas tanggungjawab implementasi manajemen lingkungan, persepsi bahwa peraturan mengenai manajemen lingkungan merupakan tanggungjawab moral perusahaan, dan kesadaran pemilik perusahaan untuk

melakukan diskusi terhadap semua pemangku kepentingan organisasi atas kebijakan manajemen lingkungan.

Pembahasan Pengaruh Perilaku Pemilik Atas Isu Manajemen Lingkungan Terhadap Kinerja Keuangan

Hasil statistik deskriptif menjelaskan bahwa pemilik perusahaan di wilayah Surabaya yang menjadi obyek pada penelitian memiliki perilaku yang baik atas isu manajemen lingkungan. Hasil pengujian outer model juga menyatakan bahwa tiga indikator yang paling membentuk perilaku pemilik adalah tanggung jawab implementasi manajemen lingkungan memang sudah seharusnya menjadi tanggungjawab pimpinan puncak (NEP 13), kesadaran pemilik bahwa peraturan mengenai manajemen lingkungan seharusnya bukan menjadi beban bagi perusahaan namun menjadi tanggungjawab moral perusahaan (NEP 15), dan kesadaran pemilik bahwa perusahaan seharusnya melakukan diskusi terhadap semua pemangku kepentingan organisasi atas kebijakan manajemen lingkungan yang ada (NEP 12).

Hasil statistik deskriptif juga menjelaskan bahwa perusahaan yang menjadi obyek pada penelitian memiliki kinerja keuangan yang baik, dengan nilai mean sebesar 4,04. Hasil pengujian outer model menyatakan bahwa empat indikator semuanya memiliki peranan yang penting dalam membentuk kinerja keuangan perusahaan, keempatnya sama-sama memiliki peranan penting dalam menciptakan kinerja keuangan yang baik karena memiliki nilai outer loading yang relatif sama besarnya. Akan tetapi berdasarkan nilai mean, pertumbuhan penjualan (sales growth) perlu lebih ditingkatkan karena memiliki nilai mean terendah dibandingkan indikator lainnya.

Hasil analisis partial least square memberikan kesimpulan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara perilaku pemilik atas isu manajemen lingkungan terhadap kinerja keuangan, jadi semakin baik perilaku pemilik atas isu manajemen lingkungan maka semakin baik kinerja keuangan perusahaan. Dilihat dari nilai outer loading, nilai outer loading terbesar untuk variabel perilaku pemilik atas isu manajemen lingkungan adalah NEP 13, sedangkan nilai outer loading terbesar untuk variabel kinerja keuangan adalah FP 1 dan FP 4, hal ini mengindikasikan hubungan antara kedua

variabel lebih didominasi oleh tiga indikator tersebut, yang artinya semakin besar kesadaran pemilik sebagai manajemen puncak atas tanggungjawab implementasi manajemen lingkungan, maka akan semakin besar pula komitmen, keterlibatan dan dukungannya dalam menerapkan praktek manajemen lingkungan, diantaranya kesediaan untuk mengeluarkan biaya investasi dalam sistem manajemen lingkungan yang dapat berpotensi untuk menghindari terjadinya krisis dan hutang yang berkaitan dengan lingkungan dimasa mendatang, hal tersebut akan berdampak baik pada kondisi kinerja keuangan perusahaan.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan Chvatalova dkk. (2011) yang menyatakan pengelolaan lingkungan yang dilaporkan secara berkelanjutan akan meningkatkan kinerja keuangan perusahaan. Chung et al. (2015) juga menjelaskan kebijakan lingkungan harus memfokuskan pada kesamaan keyakinan dan kesamaan mindset antara pemilik perusahaan dengan masyarakat. Perusahaan yang memiliki mindset lingkungan yang sesuai dengan masyarakat sekitar, akan bisa beroperasi dengan normal karena operasional perusahaan didukung oleh salah satu stakeholdernya (masyarakat). Kepercayaan oleh masyarakat akan menjaga pelanggan untuk tetap membeli atau menggunakan produk perusahaan, sehingga berdampak positif terhadap kinerja keuangan perusahaan. Cumming (2008) menambahkan sistem keyakinan yang positif dalam memandang isu lingkungan dapat mengurangi potensi kerugian yang bisa dialami perusahaan. Implementasi sistem keyakinan yang positif terhadap lingkungan dapat mengurangi potensi biaya yang besar untuk memperbaiki kerusakan lingkungan yang mungkin ditimbulkan oleh aktivitas perusahaan, misalnya pembuangan limbah yang tidak terkontrol.

Dengan demikian, pemilik perusahaan yang memiliki mindset yang baik atas isu manajemen lingkungan maka perusahaannya cenderung memiliki kinerja keuangan yang baik pula. Kinerja keuangan yang baik dapat dilakukan dengan memperbaiki mindset atau perilaku pemilik perusahaan atas isu manajemen lingkungan, terutama berkaitan dengan kesadaran pemilik atas tanggungjawab implementasi manajemen lingkungan, persepsi bahwa peraturan mengenai manajemen lingkungan merupakan

tanggungjawab moral perusahaan, dan kesadaran pemilik perusahaan untuk melakukan diskusi terhadap semua pemangku kepentingan organisasi atas kebijakan manajemen lingkungan.

Pembahasan Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Kinerja Keuangan

Hasil statistik deskriptif menjelaskan bahwa perusahaan di wilayah Surabaya yang menjadi obyek pada penelitian memiliki pelanggan yang puas. Hasil pengujian outer model juga menyatakan bahwa indikator yang paling membentuk kepuasan pelanggan adalah kepuasan atas layanan perusahaan.

Hasil statistik deskriptif juga menjelaskan bahwa perusahaan yang menjadi obyek pada penelitian memiliki kinerja keuangan yang baik, dan keempat indikator semuanya memiliki peranan yang penting dalam membentuk kinerja keuangan perusahaan, keempatnya sama-sama memiliki peranan penting dalam menciptakan kinerja keuangan yang baik karena memiliki nilai outer loading yang relatif sama besarnya.

Hasil analisis partial least square memberikan kesimpulan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kepuasan pelanggan terhadap kinerja keuangan, jadi semakin puas pelanggan maka semakin baik kinerja keuangan perusahaan. Dilihat dari nilai outer loading, nilai outer loading terbesar untuk variabel kepuasan pelanggan adalah CS 5, sedangkan nilai outer loading terbesar untuk variabel kinerja keuangan adalah FP 1 dan FP 4, hal ini mengindikasikan hubungan antara kedua variabel lebih didominasi oleh tiga indikator tersebut, yang artinya semakin besar kepuasan pelanggan atas layanan perusahaan, akan berdampak positif terhadap pertumbuhan penjualan (sales growth), sehingga margin penjualan akan meningkat pula (sales margin).

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan Luo dan Bhattacharya (2006) yang menyatakan kepuasan pelanggan mampu memberikan dampak yang positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan, sedangkan Alafi dan Al Sufi (2012) dalam penelitiannya juga membuktikan kepuasan pelanggan mampu memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan kinerja keuangan perusahaan, pelanggan yang merasa puas menggunakan produk atau jasa perusahaan, maka akan semakin loyal. Loyalitas tercermin

dari beberapa hal, yaitu melakukan pembelian ulang, menceritakan kepada orang lain mengenai produk/jasa perusahaan, dan bahkan merekomendasikan, hal ini secara tidak langsung akan meningkatkan kuantitas pembelian oleh konsumen, sehingga penjualan perusahaan akan meningkat. Penjualan yang semakin meningkat, tentunya akan berdampak bagus terhadap kinerja keuangan perusahaan.

Dengan demikian, pemilik perusahaan yang memiliki pelanggan yang puas maka perusahaannya cenderung memiliki kinerja keuangan yang baik. Kinerja keuangan yang baik dapat dilakukan dengan menciptakan pelanggan yang puas, terutama berkaitan dengan kualitas layanan yang diberikan perusahaan kepada pelanggan.

Saran

Dari kesimpulan yang telah dilakukan sebelumnya, maka penulis memberikan beberapa saran untuk sebagai berikut:

1. Pemilik perusahaan harus memperhatikan bagaimana persepsi dan *mindset*-nya dalam memandang isu manajemen lingkungan, karena *mindset* yang baik mampu membuat pelanggan yang puas dan kinerja keuangan yang baik, hal tersebut dapat dilakukan terutama berkaitan dengan kesadaran pemilik atas tanggungjawab implementasi manajemen lingkungan, persepsi bahwa peraturan mengenai manajemen lingkungan merupakan tanggungjawab moral perusahaan, dan kesadaran pemilik perusahaan untuk melakukan diskusi terhadap semua pemangku kepentingan organisasi atas kebijakan manajemen lingkungan.
2. Pemilik perusahaan juga harus memperhatikan kepuasan pelanggan, karena pelanggan yang puas akan mampu meningkatkan kinerja keuangan perusahaan. Menciptakan pelanggan yang puas dapat dilakukan terutama dengan memperhatikan kualitas layanan perusahaan.
3. Sebagai variabel akibat, kinerja keuangan juga penting untuk diperhatikan. Membangun perusahaan yang memiliki kinerja keuangan yang kuat dapat dilakukan terutama dengan memperhatikan *sales growth*, yaitu pertumbuhan penjualan perusahaan yang harus mencapai target.
4. Saran bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat

menambahkan variabel lain untuk lebih memperbaiki model penelitian ini, misalnya dengan menambahkan variabel kualitas pelayanan (*service quality*) sebagai variabel intervening, hal ini dikarenakan kualitas layanan merupakan indikator yang paling berkontribusi dalam menciptakan kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbari, P., Rostami, R., & Velsmoradi, A. (2013). The analysis impact of Human Resource Management and Intellectual Capital on Organizational Performance in Physical Education Organization of Iran (Case Study: Physical Education General Department of Kermanshah). *International Journal of Sport Studies*. Vol., 3 (3), 263-273.
- Alafi, D., & Al sufy, F. J. (August 2012). Corporate Social Responsibility Associated With Customer Satisfaction and Financial Performance a Case Study with Housing Banks in Jordan. *International Journal of Humanities and Social Science*, Vol 2, No. 15.
- Chung, et al. (2015). The Effects of CSR on Customer Satisfaction and Loyalty in China: The Moderating Role of Corporate Image. *Journal of Economics, Business and Management*, Vol. 3, No. 5.
- Cummings, L. S. (2008). Managerial Attitudes Toward Environmental Management within Australia, the People's Republic of China and Indonesia. *Business Strategy and the Environment*, 16–29.
- Dunlap, R. E., & Liere, K. D. (2000). Measuring Endorsement of The New Ecological Paradigm : A Revised NEP Scale. *Journal of Social Issues*, Vol.56, No. 3, 425-442.
- El-Garaihy, W., Mobarak, A.-K., & Albahussain, S. (2014). Measuring the Impact of Corporate Social Responsibility Practices on Competitive Advantage: A Mediation Role of Reputation and Customer Satisfaction. *International Journal*

- of Business and Management*, Vol. 9, No.5.
- Elkington, J. (n.d.). Triple Bottl. *Enter the Triple Bottom Line*.
- Hatane, S. E. (2014). The Role Of Employee Satisfaction And Quality Management In Strengthen The Influence Of Learning Organization On Firm's Financial Performance. *4th International Conference On Management*.
- Hirst, Mark K. (1981). "Accounting Information and The Evaluation of Subordinate Performance: A Stititutional Approach". *The Accounting Review*. Vol. LVI No. 4 October, pp. 771 – 784.
- Kotler, P., & Lee, N. (2005). *Corporate Social Responsibility : Doing the Most Good for Your Company and Your Cause*.
- Kuncoro, M. (2009). *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi, Edisi Ketiga*. Jakarta: Erlangga.
- Leland, H., & Pyle, D. (1977). Informational Asymmetries, Financial Structure, and Financial Intermediation. *The Journal of Finance*, Vol. 32, No. 2, *Papers and Proceedings of the Thirty-Fifth Annual Meeting of the American Finance Association, Atlantic City, New Jersey*, 371-387.
- Lopez, S., Peon, J. M., & Ordas, C. V. (2005). Organizational learning as a determining factor in business performance. *The Learning Organization*, 12:227-245.
- Luo, X., & Bhattacharya, C. (October 2006). Corporate Social Responsibility, Customer Satisfaction, and Market Value. *Journal of Marketing*, Vol. 70, 1–18.
- Moorman, C., & Rust, R. (1999). The Role of Marketing. *Journal of Marketing*, 63(Special Issue 1999), 180-197.
- Ross, S. A. ((Spring, 1977)). The Determination of Financial Structure: The Incentive-Signalling Approach. *The Bell Journal of Economics*, Vol. 8, No. 1 , 23-40.
- Sugiarso, & Winarni, F. (2005). *Manajemen Keuangan; Pemahaman Laporan Keuangan; Pengelolaan Aktiva, Kewajiban dan Modal; serta Pengukuran Kinerja Perusahaan. Cetakan Pertama. Yogyakarta : Media Pressindo*.
- Tarigan, J., & Semuel, H. (2014). Hubungan Antara Pengungkapan Laporan Keberlanjutan Dengan Kinerja Keuangan.