PENG Jurnal Ekonomi dan Manajemen
eISSN 3048-3573 : pISSN 3063-4989
Vol. 2, No. 2, Tahun 2025
doi.org/10.62710/0gaxh713
Hal. 2780-2798
Beranda Jurnal https://teewanjournal.com/index.php/peng

Pengaruh CEO Narcissism Terhadap Kinerja Keuangan Bank (Studi pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2019-2022)

Ruth Renatha Siahaan[1], Suherman[2], Titis Fatarina Mahfirah[3]
Universitas Negeri Jakarta, Jakarta Timur, DKI Jakarta, Indonesia[1,2,3]

*Email Korespodensi: ruth.renatha29@gmail.com

Diterima: 02-02-2025 | Disetujui: 03-02-2025 | Diterbitkan: 04-02-2025

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of CEO Narcissism on the financial performance of banking companies listed on the Indonesia Stock Exchange for the period 2019-2022. The independent variable used in this study is CEO Narcissism which is proxied by the size of the CEO's photo in the company's annual report, the number of social media owned by the CEO, and the size of the CEO's signature. While the dependent variable used in this study is the financial performance of banking companies which is proxied using the Return on Equity (ROE), Return on Asset (ROA), and Net Interest Margin (NIM) ratios. This study also uses control variables in the form of company size, company age and Debt to Asset Ratio (DAR). The number of company samples used in this study were 39 companies with an observation time span of 4 years, resulting in 156 sample observations. The sampling method used is purposive sampling. This study uses panel data regression analysis. The model used in this study is panel data regression with the Random Effect Model (REM) approach. The results of this study indicate that CEO narcissism as measured using the size of the CEO's photo in the annual report, the number of social media owned by the CEO, and the size of the CEO's signature have no significant effect on financial performance as measured using either ROE, ROA, or NIM ratios. This study has limitations, namely the time period in the research sample used is relatively short and the sample used is only banking companies so that further research is expected to extend the research time and increase the sample of companies using samples from other sectors.

Keywords: *CEO Narcissism, Financial Performance, Banking, Upper Echelon Theory, Agency Theory*

Copyright © 2025 The Author(s) This article is distributed under a
Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh CEO Narcissism terhadap kinerja keuangan perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2019-2022. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu CEO Narcissism yang diproksikan dengan ukuran foto CEO dalam laporan tahunan perusahaan, jumlah sosial media yang dimiliki CEO, dan ukuran tanda tangan CEO. Sedangkan variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kinerja keuangan perusahaan perbankan yang diproksikan menggunakan rasio Return on Equity (ROE), Return on Asset (ROA), dan Net Interest Margin (NIM). Pada penelitian ini juga menggunakan variabel kontrol berupa ukuran perusahaan, umur perusahaan dan Debt to Asset Ratio (DAR). Jumlah sampel perusahaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah 39 perusahaan dengan rentang waktu pengamatan selama 4 tahun sehingga menghasilkan observasi sebanyak 156 sampel. Metode pengambilan sampel yang digunakan yaitu purposive sampling. Penelitian ini menggunakan analisis regresi data panel. Model yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi data panel dengan pendekatan Random Effect Model (REM). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa narsisme CEO yang diukur menggunakan ukuran foto CEO pada laporan tahunan, jumlah sosial media yang dimiliki CEO, dan ukuran tanda tangan CEO tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan yang diukur baik menggunakan rasio ROE, ROA, maupun NIM. Penelitian ini memiliki keterbatasan yaitu jangka waktu pada sampel penelitian yang digunakan relatif singkat dan sampel yang digunakan hanya perusahaan perbankan sehingga pada penelitian selanjutnya diharapkan memperpanjang waktu penelitian dan menambah sampel perusahaan dengan menggunakan sampel dari sektor lain.

Kata Kunci: CEO Narcissism, Kinerja Keuangan, Perbankan, Teori Eselon Atas, Teori Keagenan

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Renatha Siahaan, R., Suherman, S., & Mahfirah, T. F. . (2025). Pengaruh CEO Narcissism Terhadap Kinerja Keuangan Bank (Studi pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2019-2022). PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen, 2780-2798. https://doi.org/10.62710/0gaxh713

PENDAHULUAN

Meningkatnya persaingan bisnis pada masa pesatnya digitalisasi menjadi tantangan bagi perusahaan dalam menjaga eksistensi, keberlangsungan bisnis serta keberhasilan perusahaan. Salah satu indikator yang mampu mengukur keberhasilan suatu perusahaan ialah kinerja perusahaan. Di antara faktor-faktor yang dapat memberikan pengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan, dewan direksi menjalankan peran penting dalam keberlangsungan dan pertumbuhan sebuah Perusahaan, salah satu yang paling penting dapat diwakili oleh CEO atau *Chief Executive Officer* yang merupakan pengambil keputusan utama di perusahaan. CEO memiliki peran yang besar dalam mencapai kinerja perusahaan yang baik melalui kebijakan-kebijakan yang akan dibuatnya. CEO yang berkualitas adalah kunci keberlangsungan sebuah organisasi. Karakter seorang CEO mempengaruhi kinerja perusahaan secara keseluruhan. CEO dengan latar belakang atau karakteristik tertentu diyakini mampu meningkatkan kinerja perusahaan melalui pengambilan keputusan strategis yang tepat bagi perusahaan.

FOMO atau *fear of missing out* yang memicu *flexing* atau perilaku pamer semakin marak terjadi di media sosial belakangan ini. Dalam psikologi dikatakan bahwa *flexing* atau pamer merupakan bentuk dari perilaku narsisme, karena dilakukan untuk mendapatkan validasi atau pengakuan dari orang lain dengan cara menunjukkan pencapaian, prestasi, maupun harta yang dimiliki (Kowalchyk et al., 2021). Semakin tinggi FOMO yang dialami oleh seseorang, maka semakin tinggi pula kecenderungan orang tersebut berperilaku narsistik (Pristaliona et al., 2022). Dengan kebebasan dan kemudahan mengekspresikan diri pada media sosial ini membuatnya memiliki kaitan dan menjadi salah satu penunjang dari perilaku narsis. Narsisme atau *narcissism* sendiri merupakan suatu ciri kepribadian yang spesifik, yang dapat ditemukan di dalam banyak kelompok orang, termasuk CEO (Ahn et al., 2020). Narsisme, menurut ilmu psikologi, adalah keadaan di mana seseorang mempunyai rasa kepercayaan diri yang berlebihan, membutuhkan pengakuan berlebih, serta mengutamakan diri sendiri dan arogan.

Narsisme diidentifikasi sebagai salah satu ciri kepribadian yang memengaruhi keyakinan dan tindakan CEO dan semakin banyak dipelajari oleh para ahli. Orang yang narsis biasanya menaruh minatnya untuk menantang suatu hal dan bekerja lebih keras ketika ada kesempatan. Sesuai dengan harapan dan kebutuhan mereka mengenai kekuasaan, harga diri, dan glamor, akhirnya berakhir untuk mencari posisi pada level kepemimpinan (Suhardoyo, 2022).CEO yang narsis merupakan sumber kreativitas dan dukungan untuk ide-ide yang inovatif akan menggunakan segala cara untuk meningkatkan pendapatan perusahaan, menciptakan citra yang baik dan mendapatkan pujian dari orang lain sehingga gaya kepemimpinan CEO yang narsistik mendorong peningkatan kinerja perusahaan (Christian & Sulistiawan, 2022). CEO yang memiliki sifat narsisme seringkali memiliki strategi manajemen yang dapat berdampak pada kinerja keuangan perusahaan (Syahriani, 2023).

Teori *Upper Echelon* adalah teori yang memberikan penjelasan terkait dampak sifat narsisme CEO terhadap kinerja keuangan perusahaan. Teori ini menghubungkan motivasi dan atribut CEO dengan hasil organisasi. Selain itu, dari sisi prespektif teori keuangan, teori keagenan menjelaskan tentang hubungan antara manajer (*agent*) dan pemilik perusahaan (*principal*). Dalam konteks ini, sifat narsis yang dimiliki CEO sebagi agen membuatnya mungkin memiliki motivasi dan kepentingan pribadi yang berbeda dengan kepentingan pemilik perusahaan sehingga hal ini lebih mungkin berpotensi memicu timbulnya konflik kepentingan yang dapat berdampak signifikan pada kinerja keuangan perusahaan.

Perbankan adalah salah satu basis utama pertumbuhan ekonomi dan stabilitas keuangan di suatu negara. Sektor perbankan menjadi salah satu pilar penting dalam perekonomian Indonesia, memiliki peran kunci guna menunjang pemerataan pendapatan nasional, sehingga performanya sangat diperhatikan. Kinerja yang baik dari sektor perbankan akan berdampak positif pada stabilitas sistem keuangan secara keseluruhan. Kepala Eksekutif Pengawas Perbankan OJK Dian Ediana Rae menyampaikan juga bahwa kinerja industri perbankan selama 2022 terjaga baik dan tumbuh positif serta mampu menahan tekanan perekonomian global. Berdasarkan data OJK, pada November 2022 kredit perbankan tumbuh 11,16 persen (*yoy*) sedangkan penghimpunan Dana Pihak Ketiga (DPK) tumbuh sebesar 8,78 persen (*yoy*), kondisi likuiditas yang *ample* tercermin dari Alat Likuid/Non-Core Deposit (AL/NCD) dan Alat Likuid/Dana Pihak Ketiga (AL/DPK) masing-masing sebesar 134,97 persen dan 30,42 persen, permodalan bank juga tergolong kuat dan diyakini mampu menyerap risiko yang dihadapi dengan *Capital Adecuacy Ratio* (CAR) sebesar 25,49 persen, risiko kredit cenderung menurun tercermin dari rasio *Non Performing Loan* (NPL) baik *gross* dan *nett* masing-masing sebesar 2,65 persen dan 0,75 persen, sementara itu *Loan at Risk* sebesar 15,12 persen (Otoritas Jasa Keuangan, 2023). Kondisi kinerja yang terjaga dan tumbuh positif ini salah satunya didorong oleh digitalisasi perbankan akibat perubahan pola akivitas dalam masyarakat. Menteri Koordinator Bidang Perekonomian, Airlangga Hartarto mengatakan, kehadiran digitalisasi membuat perbankan sebelumnya bermasalah kini menjadi sehat (Deny, 2022).

Penelitian dengan menggunakan variabel CEO *Narcissism* di Indonesia masih tergolong sedikit, sehingga menurut peneliti variabel ini masih sangat menarik untuk diteliti dan memotivasi peneliti untuk menambah literatur terkait pengaruh karakteristik CEO khususnya *Narcissism* terhadap kinerja keuangan perusahaan. Oleh karena itu, mengacu pada uraian sebelumnya, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul "Pengaruh CEO *Narcissism* terhadap Kinerja Keuangan Bank (Studi pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2019-2022)".

KAJIAN PUSTAKA

Upper Echelon Theory

Teori *upper echelon* berpandangan jika hasil kinerja suatu organisasi adalah cerminan dari para menajer puncak atau eselon atas. Hambrick dan Mason pada tahun 1984 meperkenalkan pertama kali teori eselon atas (*Upper Echelon Theory*) yang mengemukakan bahwa karakteristik, latar belakang dan nilai-nilai dari manajer puncak perusahaan, yang tercermin dalam karakteristik yang dapat diamati dan aspek perilaku kepribadian mereka, mempengaruhi cara mereka dalam menafsirkan dan merespon situasi strategis melalui keputusan-keputusan yang mereka buat, sehingga berdampak pada hasil kinerja pasar dan keuangan (Bekos & Chari, 2023). Dari perspektif eselon atas, karakteristik yang berbeda dari manajer puncak, termasuk karakteristik psikologis dan karakteristik yang dapat diamati (seperti pengalaman masa lalu, tingkat pendidikan, latar belakang sosial, dan usia), merupakan faktor kunci untuk implementasi kebijakan strategis (Shahab et al., 2020). Teori ini memperluas prespektifnya pada dimensi sifat-sifat kepribadian yang mendasari, misal narsisme, yang dapat mempengaruhi keputusan strategis dalam perusahaan (Wilken & Brenner, 2023). Teori *upper echelon* menunjukkan bahwa CEO dalam menganalisis, merespon situasi yang terjadi serta strategi dan keputusan yang dibuatnya dipengaruhi oleh usia, tingkat pendidikan, pengalaman masa lalu, serta sifat kepribadiannya.

Agency Theory

Teori keagenan atau *agency theory* berfokus pada hubungan antara pemilik perusahaan (*principal*) dan manajer (*agent*). Teori ini pertama kali diperkenalkan oleh Jensen dan Meckling (1976) yang mana mereka menjelaskan bahwa teori keagenan merupakan hubungan kontrak antara manajemen sebagai agent dan pemilik usaha sebagai principal. Hubungan keagenan terjadi ketika satu orang atau lebih melibatkan orang lain (*agent*) untuk bertindak atas namanya serta mendelegasikan kekuasaan untuk mengambil keputusan. Pemegang saham (*principal*) memberikan wewenang dan otoritas kepada manajemen (*agent*) agar dapat mengambil keputusan yang optimal bagi kepentingan terbaik pemegang saham (*principal*) dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Dalam teori agensi dijelaskan bahwa salah satu sifat manusia adalah mementingkan kepentingan diri sendiri (Lesmono & Siregar, 2021). Karena perbedaan kepentingan ini masing-masing pihak berusaha memperbesar keuntungan bagi diri sendiri sehingga hal ini memicu timbulnya masalah keagenan. Dalam konteks ini, kepribadian atau sifat narsis seorang CEO dilihat sebagai agen yang mungkin memiliki motivasi dan kepentingan pribadi yang berbeda dengan kepentingan pemegang saham atau pemilik perusahaan. CEO yang narsis mungkin memiliki kecenderungan untuk mengejar prestasi pribadi atau pengakuan lebih dari kepentingan perusahaan sehingga hal ini lebih mungkin berpotensi memicu timbulnya konflik kepentingan yang dapat berdampak signifikan pada kinerja keuangan perusahaan.

CEO Narcissism

Narsisme atau *narcissism* merupakan suatu ciri kepribadian yang spesifik. Kata "narsisme" berasal dari legenda Yunani tentang Narcissus, yang mencintai bayangannya sendiri. Narcissus menolak kasih sayang, kebaikan, dan perhatian orang lain dan berakhir dihukum oleh Nemesis, dewi balas dendam, dengan memikatnya ke kolam air, di mana ia menangkap sebuah bayangan yang tidak ia sadari bahwa itu adalah bayangan dirinya sendiri, dan ia jatuh cinta padanya (Yakeley, 2018). Suhardoyo (2022) mendefinisikan Narsisme, menurut ilmu psikologi, adalah keadaan di mana seseorang mempunyai rasa kepercayaan diri yang berlebihan, membutuhkan pengakuan berlebih, serta mengutamakan diri sendiri dan arogan.

Kepribadian narsisme dapat ditemukan di dalam banyak kelompok orang, termasuk CEO (Ahn et al., 2020). CEO adalah seseorang yang bertanggung jawab untuk mengelola keseluruhan sebuah perusahaan. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi CEO dalam membuat dan mengambil keputusan-keputusan strategis demi keberlangsungan perusahaan, yaitu berdasarkan kekuasaan dan kepribadiannya (Doho & Santoso, 2020). Narsisme CEO didefinisikan sebagai pemimpin perusahaan yang memiliki karakter mencintai diri sendiri yang kuat dan selalu mengharapkan pengakuan atas kinerjanya (Arisanty et al., 2020). CEO yang narsis ingin mendapatkan kekaguman dengan sengaja menampilkan keterampilan dan kemampuan mereka. Dalam mencapai tujuannya, CEO yang narsis akan sering mencoba mengendalikan sumber daya yang tersedia, yang akan membuatnya lebih agresif di dalam perusahaan. Para pemimpin yang narsis sering kali berusaha membesar-besarkan dan mengambil tindakan yang berani, yang menarik perhatian, serta agresif tentang perspektif dan kepemimpinan mereka terlepas dari apakah tindakan tersebut menghasilkan keuntungan yang besar atau kerugian yang besar (Bassyouny et al., 2020). Salah satu karakteristik positif dari pemimpin narsis adalah mereka merupakan sumber kreativitas dan dukungan untuk ide-ide yang inovatif (Shagerdi et al., 2019). Namun, akibat dari kepercayaan diri yang terlalu tinggi,

terkadang pemimpin yang narsis membuat kesalahan dalam pengambilan keputusan yang akhirnya menyebabkan kerugian bagi perusahaan (Haneul et al., 2023).

Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan adalah suatu prestasi yang telah dicapai perusahaan dalam suatu periode yang tercermin dalam laporan keuangan. Suatu perusahaan menggunakan kinerja keuangan sebagai indikator untuk menilai apakah kondisi keuangan dan pencapaian kerja perusahaan tersebut berjalan baik atau buruk. Bagi perusahaan, menjaga dan meningkatkan kinerja keuangan adalah salah satu kewajiban agar saham perusahaan tetap eksis dan tetap diminati oleh investor (Safitri et al., 2024). Hal ini dikarenakan kinerja keuangan merupakan hal yang menjadi fokus perhatian bagi berbagai pihak, termasuk investor dan kreditor, yang ingin menilai prospek bisnis perusahaan. Dalam mengevaluasi kinerja keuangan, profitabilitas sering kali menjadi tolok ukur utama, karena mencerminkan hasil yang diperoleh dari aktivitas operasional suatu perusahaan. Salah satu faktor yang dilihat oleh investor untuk menilai potensi keuntungan diukur dari kinerja keuangannya yaitu dengan melihat rasio profitabilitas perusahaan (Baihaqki & Buana Sari, 2024). Kinerja keuangan dalam penelitian ini diproksikan menggunakan rasio profitabilitas yaitu *return on equity* (ROE), *return on asset* (ROA), dan *net interest margin* (NIM).

Rasio *return on equity* (ROE) menunjukkan seberapa besar perusahaan dapat menghasilkan laba atau keuntungan dari hasil pengelolaan modal yang dimilikinya, baik modal sendiri maupun modal dari investor. Rasio ini mengkaji sejauh mana perusahaan menggunakan sumber daya yang dimilikinya untuk dapat memberikan laba atas ekuitas (Sani Akbar et al., 2021). Rasio *return on asset* mengindikasikan seberapa baik perusahaan dalam menghasilkan laba dari asset-aset yang dimiliki dalam jangka waktu tertentu. Rasio NIM adalah salah satu indikator profitabilitas dan pertumbuhan bank. *Net Interest Margin* (NIM) adalah rasio untuk mengukur kemampuan manajemen bank dalam mengelola aktiva produktifnya untuk menghasilkan pendapatan bunga bersihnya (Anton et al., 2021).

Firm Age

Firm age merupakan umur dari suatu perusahaan. Dengan mengetahui umur perusahaan, maka akan diketahui pula sejauh mana perusahaan tersebut dapat bersaing, bertahan, dan meningkatkan usahanya dalam dunia bisnis. Semakin lama atau semakin tua umur perusahaan, maka semakin banyak pengalaman bisnis perusahaan dan semakin perusahaan mengetahui tantangan dan kondisi dunia bisnis yang nyata, sehingga setiap kebijakan yang dilakukan oleh perusahaan akan menjadi lebih optimal (Kristanto Wibowo & Honggowati, 2022).

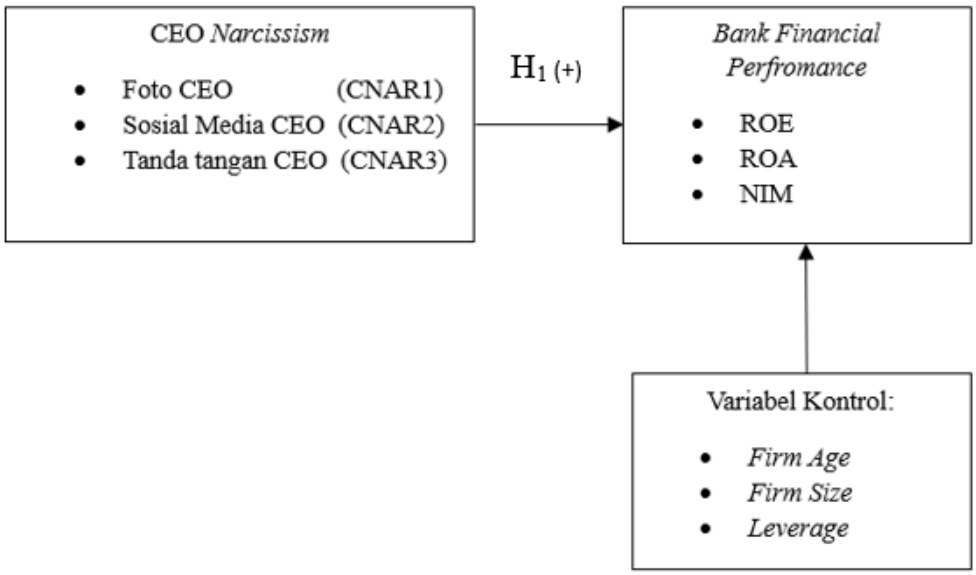
Firm Size

Menurut Jaya (2020) ukuran suatu perusahaan atau *firm size* merujuk pada dimensi besar atau kecilnya perusahaan tersebut, yang dapat diukur dari sejumlah faktor seperti total aset, penjualan, dan jumlah karyawan. Bagi investor, perusahaan besar memacu kepercayaan investor dibanding perusahaan yang memiliki ukuran kecil. Hal tersebut dikarena perusahaan dengan ukuran besar terlatih dalam menghadapi risiko dan mengembangkan berbagai strategi untuk mengatasi tantangan dan dianggap memiliki kondisi finansial yang konsisten. (Irawan & Kusuma, 2019).

Leverage

Leverage menghitung seberapa banyak lembaga menggunakan utangnya untuk membiayai operasi Perusahaan. Perhitungan rasio *leverage* terdapat beberapa jenis rasio yang dapat digunakan, seperti *Debt To Asset Ratio* (DAR) dan *Debt To Equity Ratio* (DER). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan rasio DAR dalam mengukur *leverage*. Darmawan (2020) *debt to asset ratio* adalah rasio untuk mengetahui seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai oleh utang atau seberapa besar utang perusahaan berpengaruh terhadap pengelolaan aktiva.

MODEL PENELITIAN



Gambar 1 Model Penelitian
Sumber: Diolah oleh Peneliti (2024)

Berdasarkan kajian pustaka yang telah dijelaskan sebelumnya dan model penelitian diatas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H1: *CEO Narcisissm* berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan.

METODE PENELITIAN

Perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2019-2022 merupakan populasi penelitian ini yang secara keseluruhan terdiri dari 43 perusaahan. Sebanyak 39 perusahaan sampel diambil dari populasi dengan menggunakan teknik *purposive sampling.* Perusahaan sampel yang terpilih memenuhi persyaratan seperti yang tercantum dalam Tabel 1 di bawah ini:

Tabel 1. **Proses Pemilihan Sampel**

Kriteria Sampel	Jumlah
Perusahaan subsektor perbankan yang terdaftar di BEI periode tahun 2019-2022.	43
Perusahaan subsektor perbankan yang tidak menerbitkan laporan tahunan dan laporan keuangan selama 4 tahun berturut-turut (2019-2022).	(0)
Perusahaan subsektor perbankan yang memiliki data tidak lengkap terkait variabel penelitian sesuai dengan kebutuhan penelitian.	(4)
Perusahaan subsektor perbankan yang tidak menyajikan laporan keuangan dalam mata uang rupiah.	(0)
Total sampel yang digunakan	39
Jumlah Observasi (Total sampel yang digunakan x 4 tahun)	**156**

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2024)

Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan dan laporan tahunan (*annual report*) semua perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2019-2022. Informasi tersebut tersedia dan diperoleh dari situs resmi Bursa Efek Indonesia, www.idx.co.id, serta situs resmi masing-masing perusahaan. Metode analisis regresi yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi data panel. Data panel adalah gabungan dari *cross section* dan *time series*. Perusahaan-perusahaan subsektor perbankan (*cross section*) dan dalam kurun waktu penelitian beberapa tahun (*time series*). Tekik analisis yang digunakan oleh peneliti adalah analisis kuantitatif dan regresi data panel menggunakan program Eviews 13.

Berikut ini adalah model persamaan yang digunakan dalam penelitian ini:

$$FP_{it} = \beta_0 + \beta 1 CNAR_{it} + \beta 2 FS_{it} + \beta 3 FA_{it} + \beta 4 LEV_{it} + e_{it}$$

Keterangan:

FP = *Financial Performance* (ROE, ROA, NIM)
CNAR = CEO *Narcissism* (Foto, Sosial Media, Tanda Tangan)
FS = *Firm Size*
FA = *Firm Age*
LEV = *Leverage*
e = *error*
it = Objek ke-i dan Waktu ke-t

Dalam penelitian ini digunakan tiga jenis variabel yaitu variabel terikat (*dependent variable)*, variabel bebas (*independent variable)*, dan variabel kontrol (*control variable)*. Berikut adalah penjelasan dari masing-masing variabel:

Tabel 1. **Operasionalisasi Variabel**

No.	Variabel	Definisi	Rumus	Sumber
Variabel Dependen:				
1.	ROE	*Return On Equity*	$\frac{\textbf{Net Income}}{\textbf{Total Equity}}$	Candy & Delfina (2023)
2.	ROA	*Return On Asset*	$\frac{\textbf{Net Income}}{\textbf{Total Asset}}$	Suherman et al. (2021)
3.	NIM	*Net Interest Margin*	$\frac{\textbf{Pendapatan bunga bersih}}{\textbf{rata} - \textbf{rata total aktiva produktif}}$	Amrina et al. (2021)
Variabel Independen:				
1.	CNAR	CEO *Narcissism*	**CNAR1 = Ukuran foto CEO dalam laporan tahunan perusahaan**. • Skor 1: Tidak ada foto CEO dalam laporan tahunan • Skor 2: CEO difoto bersama dengan satu atau lebih eksekutif lain. • Skor 3: Foto CEO sendiri dengan ukuran kurang dari setengah halaman. • Skor 4: Foto CEO sendiri dengan ukuran lebih dari setengah halaman. • Skor 5: Foto CEO sendiri dengan ukuran penuh satu halaman. **CNAR2 = Jumlah sosial media yang dimiliki CEO** (Instagram, Twitter, Facebook, LinkedIn). • Skor 0: Jika tidak memiliki sosial media • Skor 1: Jika hanya memiliki 1 sosial media • Skor 2: Jika memiliki 2 sosial media • Skor 3: Jika memiliki 3 sosial media • Skor 4: Jika memiliki 4 sosial media	(Candy & Delfina, 2023; Christian & Sulistiawan, 2022; Rusydi, 2021) (Christian & Sulistiawan, 2022; Zainol, 2020)

			CNAR3 = Ukuran tanda tangan CEO. Menggambar sebuah persegi panjang di sekitar tanda tangan setiap CEO, di mana setiap sisi persegi panjang menyentuh titik ujung paling ekstrem dari tanda tangan. Kemudian ditentukan dengan mengalikan panjang dan lebar (dalam cm) persegi panjang untuk untuk menentukan luas area tanda tangan.	(Arisanty et al., 2020)
Variabel Kontrol:				
1.	FS	*Firm Size*	**Ln (Total Aset)**	Muttiarni et al. (2022)
2.	FA	*Firm Age*	**Tahun penelitian – Tahun perusahaan berdiri**	Azhari et al. (2023)
3.	LEV	*Leverage*	$\frac{\textbf{Total Debt}}{\textbf{Total Assets}}$	Bukhari & Rozalinda (2022)

Sumber: Diolah oleh peneliti (2024)

HASIL PENELITIAN

Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 3. Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Variabel	Obs.	Mean	Max	Min	Std.Dev.
CNAR1	156	3.929	5.000	2.000	0.754
CNAR2	156	1.974	4.000	0.000	1.358
CNAR3	156	7.897	21.83	1.920	3.954
ROE	156	0.024	1.000	-1.239	0.169
ROA	156	0.004	0.375	-0.181	0.039
NIM	156	0.037	0.083	-0.023	0.020
FS	156	31.53	35.23	27.91	1.724
FA	156	49.47	127.0	3.000	30.08
DAR	156	0.800	0.932	0.321	0.102

Sumber: Diolah oleh peneliti (2025)

Rasio *return on equity* memiliki nilai minimum sebesar -1.239, sedangkan nilai maksimum sebesar 1.000. Kemudian ROE memiliki nilai rata-rata (*mean*) sebesar 0.024 dengan nilai standar deviasi sebesar 0.169. Nilai standar deviasi yang lebih besar dari nilai rata-rata (*mean*) (0.169 > 0.024) menunjukkan bahwa data tersebar bervariasi atau cukup beragam dan tidak terlalu terpusat di sekitar nilai rata-rata.

Return on asset memiliki nilai minimum sebesar -0.181, sedangkan nilai maksimum sebesar 0.375. Kemudian ROA memiliki nilai rata-rata (*mean*) sebesar 0.004 dan memiliki nilai standar deviasi sebesar 0.039. Nilai standar deviasi yang lebih besar dari nilai rata-rata (*mean*) (0.039 > 0.004) menunjukkan bahwa data tersebar bervariasi atau cukup beragam dan tidak terlalu terpusat di sekitar nilai rata-rata.

Net interest margin memiliki nilai minimum sebesar -0.023, sedangkan nilai maksimum sebesar 0.083. Kemudian variabel NIM memiliki nilai rata-rata (*mean*) sebesar 0.037 serta memiliki nilai standar deviasi sebesar 0.020. Nilai standar deviasi yang lebih kecil dari nilai rata-rata (*mean*) (0.020 < 0.037) menunjukkan bahwa data tersebar tidak variatif (homogen) dan tingkat penyimpangan data yang rendah.

Variabel foto CEO pada laporan tahunan (CNAR1) memiliki nilai minimum sebesar 2 dan nilai maksimum sebesar 5. Kemudian variabel CNAR1 memiliki nilai rata-rata (*mean*) sebesar 3.929. Serta memiliki nilai standar deviasi sebesar 0.754. Nilai standar deviasi yang lebih kecil dari nilai rata-rata (mean) (0.754 < 3.929) menunjukkan bahwa data tersebar tidak variatif (homogen) dan tingkat penyimpangan data yang rendah. Variabel jumlah sosial media CEO (CNAR2) memiliki nilai minimum sebesar 0 dan nilai maksimum sebesar 4. Kemudian variabel CNAR2 memiliki nilai rata-rata (mean) sebesar 1.974 serta memiliki nilai standar deviasi sebesar 1.358. Nilai standar deviasi yang lebih kecil dari nilai rata-rata (mean) (1.358 < 1.974) menunjukkan bahwa data tersebar tidak variatif (homogen) dan tingkat penyimpangan data yang rendah. Variabel ukuran luas tanda tangan CEO (CNAR3) dalam satuan sentimeter (cm) memiliki nilai minimum sebesar 1.920 dan nilai maksimum sebesar 21.83. Kemudian variabel CNAR3 memiliki nilai rata-rata (mean) sebesar 7.897 serta memiliki nilai standar deviasi sebesar 3.954. Nilai standar deviasi yang lebih kecil dari nilai rata-rata (mean) (3.954 < 7.897) menunjukkan bahwa data tersebar tidak variatif (homogen) dan tingkat penyimpangan data yang rendah.

Pemilihan Model Regresi

Tabel 4. Hasil Uji Pemilihan Model

Model 1: Variabel Bebas terhadap Variabel Terikat ROE			
Uji Pemilihan Model	**Prob.**	**P-Value (5%)**	**Model Terpilih**
Uji Chow	0.0000	P-Value < 0.05	FEM
Uji Hausman	0.7497	P-Value > 0.05	REM
Uji LM	0.0020	P-Value < 0.05	**REM**
Model 2: Variabel Bebas terhadap Variabel Terikat ROA			
Uji Pemilihan Model	**Prob.**	**P-Value (5%)**	**Model Terpilih**
Uji Chow	0.0002	P-Value < 0.05	FEM
Uji Hausman	0.2168	P-Value > 0.05	REM
Uji LM	0.0497	P-Value < 0.05	**REM**
Model 3: Variabel Bebas terhadap Variabel Terikat NIM			
Uji Pemilihan Model	**Prob.**	**P-Value (5%)**	**Model Terpilih**

Uji Chow	0.0000	P-Value < 0.05	FEM
Uji Hausman	0.1697	P-Value > 0.05	REM
Uji LM	0.0000	P-Value < 0.05	**REM**

Sumber: Diolah oleh peneliti (2025)

Berdasarkan hasil tabel diatas, hasil uji Chow, uji Hausman, dan uji *Lagrange Multiplier* pada ketiga model penelitian ini menunjukan bahwa model yang terpilih terbaik adalah *Random Effect Model* (REM) dibandingkan model lainnya.

Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolinearitas

Tabel 1. Hasil Uji Multikolinearitas

	CNAR1	CNAR2	CNAR3	DAR	FS	FA
CNAR1	1.0000					
CNAR2	0.2186	1.0000				
CNAR3	-0.1188***	0.0055***	1.0000			
DAR	0.0004***	0.2904	0.0171**	1.0000		
FS	0.2472	0.4564	-0.1301***	0.3638	1.0000	
FA	0.0856*	0.1926	-0.0524***	0.0953*	0.5019	1.0000

*signifikan pada nilai p ≤ 0,10 (10%)
**signifikan pada nilai p ≤ 0,05 (5%);
***signifikan pada nilai p ≤ 0,01 (1%);
Sumber: Diolah oleh peneliti (2025)

Berdasarkan tabel 5 hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa nilai koefisien korelasi antar variabel lebih kecil dari 0.8 (nilai koefisien korelasi ≤ 0,8). Dengan demikian hasil ini mengindikasikan bahwa data dalam penelitian ini tidak terdapat gejala multikolinearitas.

Analisis Regresi Data Panel

Tabel 6. Hasil Pengujian Regresi Data Panel

Variabel	Model 1 (ROE)	Model 2 (ROA)	Model 3 (NIM)
C	-1.0059	-0.1790	-0.1147
	(0.0090)***	(0.0365)**	(0.0089)***
CNAR1	0.0075	-0.0016	-0.0020
	(0.6861)	(0.7251)	(0.1124)
CNAR2	-0.0185	-0.0044	-0.0002
	(0.1629)	(0.1491)	(0.8889)
CNAR3	0.0011	0.0004	7.8601
	(0.7543)	(0.6077)	(0.7456)
FS	0.0387	0.0076	0.0061
	(0.0038)***	(0.0108)**	(0.0000)***
FA	0.0003	2.4444	0.0001
	(0.6706)	(0.8701)	(0.1565)
DAR	-0.2572	-0.0586	-0.0476
	(0.1219)	(0.1257)	(0.0007)***
Obs.	156	156	156
Firm	39	39	39
Adj. R-Squared	0.0539	0.0254	0.1945

*signifikan pada nilai p ≤ 0,10 (10%)
**signifikan pada nilai p ≤ 0,05 (5%);
***signifikan pada nilai p ≤ 0,01 (1%);
Nilai probabilitas tersedia dalam tanda kurung
sumber: Diolah oleh peneliti (2025)

Berdasarkan hasil pengujian regresi data panel pada tabel 6, diketahui bahwa pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial adalah sebagai berikut:

Variabel ukuran foto CEO (CNAR1) memiliki nilai koefisien sebesar 0.0075 dengan nilai probabilitas sebesar 0.6861, (0.6861 > 0.10). Hal ini berarti bahwa secara parsial variabel ukuran foto CEO tidak berpengaruh signifikan terhadap ROE. Variabel jumlah sosial media yang dimiliki CEO (CNAR2) memiliki nilai koefisien sebesar -0.0185 dengan nilai probabilitas sebesar 0.1629, (0.1629 > 0.10), yang berarti secara parsial variabel jumlah sosial media yang dimiliki CEO tidak berpengaruh signifikan terhadap ROE. Variabel ukuran tanda tangan CEO (CNAR3) memiliki nilai koefisien sebesar 0.0011 dengan nilai probabilitas sebesar 0.7543, (0.7543 > 0.10). Hal ini berarti bahwa secara parsial variabel ukuran tanda tangan CEO tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan yang diukur dengan rasio ROE.

Variabel ukuran foto CEO (CNAR1) memiliki nilai koefisien sebesar -0.0016 dengan nilai probabilitas sebesar 0.7521, (0.7521 > 0.10). Hal ini berarti bahwa secara parsial variabel ukuran foto CEO tidak berpengaruh signifikan terhadap ROA. Variabel jumlah sosial media yang dimiliki CEO (CNAR2) memiliki nilai koefisien sebesar -0.0044 dengan nilai probabilitas sebesar 0.1491, (0.1491 > 0.10), yang

berarti secara parsial variabel jumlah sosial media yang dimiliki CEO tidak berpengaruh signifikan terhadap ROA. Variabel ukuran tanda tangan CEO (CNAR3) memiliki nilai koefisien sebesar 0.0004 dengan nilai probabilitas sebesar 0.6077, (0.6077 > 0.10). Hal ini berarti bahwa secara parsial variabel ukuran tanda tangan CEO tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan yang diukur dengan rasio ROA.

Variabel ukuran foto CEO (CNAR1) memiliki nilai koefisien sebesar -0.0020 dengan nilai probabilitas sebesar 0.1124, (0.1124 > 0.10). Hal ini berarti bahwa secara parsial variabel ukuran foto CEO tidak berpengaruh signifikan terhadap NIM. Variabel jumlah sosial media yang dimiliki CEO (CNAR2) memiliki nilai koefisien sebesar -0.0002 dengan nilai probabilitas sebesar 0.8889, (0.8889 > 0.10), yang berarti secara parsial variabel jumlah sosial media yang dimiliki CEO tidak berpengaruh signifikan terhadap NIM. Variabel ukuran tanda tangan CEO (CNAR3) memiliki nilai koefisien sebesar 7.8601 dengan nilai probabilitas sebesar 0.7456, (0.7456 > 0.10). Hal ini berarti bahwa secara parsial variabel ukuran tanda tangan CEO tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan yang diukur dengan rasio NIM.

Analisis Tambahan

Peneliti melakukan analisis tambahan dengan menilai secara individual pengaruh setiap variabel bebas terhadap setiap variabel terikat. Dalam analisis tambahan ini terdapat 9 model regresi tambahan dan hasil dari penelitian ini sejalan dengan hasil regresi dari 3 model sebelumnya yang mengindikasikan bahwa narsisme CEO tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan (semua nilai probabilitas > 0.10). Hasil dari analisis tambahan yang telah dilakukan sebagai berikut:

Tabel 7. Hasil Analisis Tambahan (Variabel Dependen ROE)

	ROE		
	(1)	(2)	(3)
C	-0.7983 (0.0225)**	-0.9733 (0.0088)***	-0.8094 (0.0215)**
CNAR1	0.0039 (0.8328)		
CNAR2		-0.0176 (0.1730)	
CNAR3			0.0009 (0.7904)
FS	0.0322 (0.0094)***	0.0390 (0.0026)***	0.0330 (0.0065)***
FA	0.0003 (0.6292)	0.0003 (0.6694)	0.0003 (0.6342)
DAR	-0.2790 (0.0887)*	-0.2642 (0.1004)	-0.2869 (0.0756)*

*signifikan pada nilai p ≤ 0,10 (10%)
**signifikan pada nilai p ≤ 0,05 (5%);
***signifikan pada nilai p ≤ 0,01 (1%);
Nilai probabilitas tersedia dalam tanda kurung
sumber: Diolah oleh peneliti (2025)

Tabel 8. Hasil Analisis Tambahan (Variabel Dependen ROA)

	ROA		
	(1)	(2)	(3)
C	-0.1276 (0.1025)	-0.1733 (0.0356)**	-0.1357 (0.0884)*
CNAR1	-0.0025 (0.5645)		
CNAR2		-0.0045 (0.1324)	
CNAR3			0.0004 (0.6306)
FS	0.0061 (0.0294)**	0.0072 (0.0120)**	0.0059 (0.0326)**
FA	3.1600 (0.8326)	2.8521 (0.8458)	3.4301 (0.8192)
DAR	-0.0650 (0.0868)*	-0.0541 (0.1449)	-0.0630 (0.0946)*

*signifikan pada nilai p ≤ 0,10 (10%)
**signifikan pada nilai p ≤ 0,05 (5%);
***signifikan pada nilai p ≤ 0,01 (1%);
Nilai probabilitas tersedia dalam tanda kurung
sumber: Diolah oleh peneliti (2025)

Tabel 9. Hasil Analisis Tambahan (Variabel Dependen NIM)

	NIM		
	(1)	(2)	(3)
C	-0.1119 (0.0067)	-0.2788 (0.0019)	-0.2674 (0.0028)
CNAR1	-0.0020 (0.1029)		
CNAR2		-0.0009 (0.4912)	
CNAR3			3.4293 (0.8940)
FS	0.0060 (0.0000)*	0.0123 (0.0001)*	0.0118 (0.0001)*
FA	0.0001 (0.1447)	-0.0011 (0.1530)	-0.0010 (0.1681)
DAR	-0.0477 (0.0006)*	-0.0228 (0.1669)	-0.0222 (0.1818)

*signifikan pada nilai p ≤ 0,10 (10%)
**signifikan pada nilai p ≤ 0,05 (5%);
***signifikan pada nilai p ≤ 0,01 (1%);
Nilai probabilitas tersedia dalam tanda kurung
sumber: Diolah oleh peneliti (2025)

Pembahasan

Pengaruh CEO *Narcissism* terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan

Hipotesis dalam penelitian ini adalah CEO *narcissism* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan. Namun, hal ini tidak sejalan dengan hasil yang diperoleh dari pengujian pada tabel 6 yang menunjukkan bahwa narsisme CEO yang diukur menggunakan ukuran foto pada laporan tahunan, jumlah sosial media yang dimiliki CEO, dan ukuran tanda tangan CEO tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan yang diukur baik menggunakan ROE, ROA, maupun NIM. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis penelitian ini ditolak (H1 ditolak dan H0 diterima). Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Muttiarni et al. (2022), Maduwu & Simbolon (2023), dan Lindawati et al. (2024) yang menemukan bahwa CEO narsisme tidak mempengaruhi secara signifikan kinerja keuangan.

Hasil narsisme CEO tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan ini berarti kepribadian atau sifat CEO yang narsis tidak mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan. Hal ini dapat disebabkan karena sifat narsis sendiri yang khas dengan kepercayaan diri yang tinggi dan self-centered. Selain itu, menurut Arisanty et al. (2020) CEO narsis didefinisikan sebagai pemimpin perusahaan yang memiliki karakter mencintai diri sendiri yang kuat dan selalu mengharapkan pengakuan atas kinerjanya. Sehingga, CEO yang memiliki kepribadian narsistik cenderung lebih memprioritaskan diri mereka sendiri dan mencari perhatian dibandingkan fokus pada pengelolaan dan pengembangan perusahaan. CEO yang narsis akan memikirkan segala cara agar dirinya dikagumi oleh sekitarnya atau *seeking of attention*. Dengan kepribadian narsis seperti ini mungkin hanya akan mengarah pada gaya kepemimpinan yang menciptakan suasana yang berbeda dalam perusahaan yang mungkin dapat memotivasi karyawan. Namun tidak mempengaruhi secara langsung cara atau efisiensi CEO dalam memanfaatkan dan mengelola aset, ekuitas atau aktiva produktifnya untuk menghasilkan keuntungan. Dengan demikian, seberapa narsis seorang CEO tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan. Selain itu, dalam penelitian ini menggunakan sampel perusahaan perbankan di Indonesia, hasil ini juga mungkin dapat disebabkan karena pengaruh sektor perbankan di Indonesia memiliki regulasi yang ketat, serta pengawasan yang intensif dari lembaga negara terkait seperti Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Dalam industri yang sangat terstruktur dan diawasi seperti perbankan di Indonesia, keputusan-keputusan penting terkait kinerja keuangan mungkin lebih dipengaruhi oleh faktor lain yang lebih penting seperti regulasi dan kebijakan eksternal daripada sifat atau karakteristik pribadi CEO.

Hasil dalam penelitian ini bertentangan dan tidak sejalan dengan teori *upper echelon* yang mana hasil suatu organisasi cerminan dari pemimpinnya dan pemimpin dalam membuat keputusan dipengaruhi oleh usia, tingkat pendidikan, pengalaman masa lalu, serta sifat kepribadiannya. Hasil penelitian ini juga tidak mendukung teori agensi. Dalam konteks teori keagenan, CEO yang narsis lebih mungkin dalam memicu terjadinya konflik kepentingan karena mereka cenderung lebih mengutamakan kepentingan dan reputasi pribadinya yang mana konflik kepentingan yang terjadi akhirnya akan berpengaruh pada kinerja keuangan perusahaan. Namun, hasil dalam penelitian ini yang mana narsisme CEO tidak memiliki pengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan tidak sejalan dengan konsep tersebut.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dan mengetahui pengaruh kepribadian narsisme CEO terhadap kinerja keuangan perusahaan yang diukur menggunakan rasio *Return on Equity*, R*eturn on Assets*, serta *Net Interest Margin* pada perusahaan subsektor perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2019-2022. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwasanya CEO *narcissism* atau kepribadian narsisme CEO yang diproksikan menggunakan ukuran foto CEO dalam laporan tahunan, jumlah kepemilikan sosial media CEO, dan ukuran tanda tangan CEO tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan baik terhadap ROA, ROE, ataupun NIM. Artinya kepribadian atau sifat CEO yang narsis atau seberapa narsis seorang CEO tidak mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan.

REFERENSI

Ahn, J. S., Assaf, A. G., Josiassen, A., Baker, M. A., Lee, S., Kock, F., & Tsionas, M. G. (2020). Narcissistic CEOs and corporate social responsibility: Does the role of an outside board of directors matter? *International Journal of Hospitality Management*, *85*. https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2019.102350

Amrina, D. H., Faizah, I., & Supriyaningsih, O. (2021). Perbedaaan Rasio Profitabilitas Bank Di Indonesia Sebelum Perbedaan Rasio Profitabilitas Bank Di Indonesia Sebelum Dan Saat Pandemi Covid-19. *Al-Mashrof: Islamic Banking and Finance*, *2*(2). http://ejournal.radenintan.ac.id/index.php/almashrof

Anton, Purnama, I., & Sunaryo, J. (2021). Analisis Pengaruh CAR, BOPO, LDR, dan NIM Terhadap ROA Bank Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2015-2019. *Jurnal BANSI (Bisnis, Manajemen Dan Akuntasi)*, *1*(1).

Arisanty, L., Ramly, R., & Badollahi, I. (2020). The Role of CEO Narcissism in Creating Firm Value (Study on BUMN Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange 2015-2019). *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, *5*(11). www.ijisrt.com221

Azhari, E., Eksandy, A., Wisdom, E., & Pembangunan Jaya, U. (2023). FINANCIAL PERFORMANCE AND THEIR EFFECTS ON BASIC MATERIAL COMPANIES IN INDONESIA. In *Management, Economics and Social Sciences. IJAMESC, PT. ZillZell Media Prima* (Vol. 1, Issue 02). www.idx.co.id.

Baihaqki, M., & Buana Sari, P. (2024). Analisis Pengaruh Return on Asset, Return on Equity dan Net Interest Margin Terhadap Harga Saham Bank Umum Yang Terdaftar Di BEI. *EKOMA : Jurnal Ekonomi*, *3*(6).

Bassyouny, H., Abdelfattah, T., & Tao, L. (2020). Beyond narrative disclosure tone: The upper echelons theory perspective. *International Review of Financial Analysis*, *70*. https://doi.org/10.1016/j.irfa.2020.101499

Bekos, G., & Chari, S. (2023). *Upper Echelons Theory: A Review*. https://open.ncl.ac.uk

Bukhari, C., & Rozalinda. (2022). Pengaruh Likuiditas, Leverage Dan Firm Age Terhadap Financial Distress Dengan Firm Size Sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris Pada Perusahaan Telekomunikasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2016–2021). *Jurnal Embistek Ekonomi, Manajemen Bisnis, Syariah, Dan Teknologi*, *1*.

Candy, C., & Delfina, D. (2023a). CEO Narcissism and CEO Overconfidence on Firm Performance: The Role of Capital Structure as Mediating Variable. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, *27*(2), 220–230. https://doi.org/10.26905/jkdp.v27i2.9767

Candy, C., & Delfina, D. (2023b). CEO Narcissism and CEO Overconfidence on Firm Performance: The Role of Capital Structure as Mediating Variable. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, *27*(2), 220–230. https://doi.org/10.26905/jkdp.v27i2.9767

Christian, P. G., & Sulistiawan, D. (2022). When Narcissus Became a CEO: CEO Narcissism and Its Effect on Earnings Management. *Jurnal Dinamika Akuntansi Dan Bisnis*, *9*(2), 135–148. https://doi.org/10.24815/jdab.v9i2.24947

Darmawan. (2020). *Dasar Dasar Memahami Rasio dan Laporan Keuangan* (D. M. Lestari, Ed.; 1st ed.). UNY Press. https://www.researchgate.net/publication/361924808

Deny, S. (2022, July 11). *Menko Airlangga: Digitalisasi Bikin Bank seperti Bayi Sehat*. Liputan6.Com. https://www.liputan6.com/bisnis/read/5010656/menko-airlangga-digitalisasi-bikin-bank-seperti-bayi-sehat?page=4

Doho, S. Z., & Santoso, E. B. (2020). Pengaruh Karakteristik CEO, Komisaris Independen, dan Kualitas Audit Terhadap Penghindaran Pajak. *Media Akuntansi Dan Perpajakan Indonesia*, *1*(2).

Haneul, Ahmad, G. N., & Siregar, M. E. S. (2023). Pengaruh CEO Characteristics terhadap Firm Performance pada Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, *4*.

Irawan, D., & Kusuma, N. (2019). Pengaruh Struktur Modal dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Aktual STIE Trisna Negara*, *17*(1), 66–81.

Jaya, S. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan (Firm Size) dan Profitabilitas (ROA) Terhadap Nilai Perusahaan (Firm Value) Pada Perusahaan Sub Sektor Property dan Real Estate di Bursa Efek Indonesia (BEI). *Jurnal Manajemen Motivasi*, *16*(1), 38. https://doi.org/10.29406/jmm.v16i1.2136

Kowalchyk, M., Palmieri, H., Conte, E., & Wallisch, P. (2021). Narcissism Through The Lens of Performative Self-Elevation. *Personality and Individual Differences*, *177*. https://doi.org/10.1016/j.paid.2021.110780

Kristanto Wibowo, Y., & Honggowati, setyaningtyas. (2022). THE INFLUENCE OF FIRM AGE ON PROFITABILITY PERFORMANCE OF INDONESIAN MANUFACTURING COMPANIES WITH THE AGE LEVEL OF DIRECTORS AS MODERATING VARIABLE. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, *22*(2), 303–319. www.jab.fe.uns.ac.id

Lesmono, B., & Siregar, S. (2021). Studi Literatur Tentang Agency Theory. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, *3*(2), 203–210. https://doi.org/10.47065/ekuitas.v3i2.1128

Muttiarni, M., Mira, M., Putri, L. N., Nurmagfirah, N., Indrayani, S., & Arman, A. (2022). Pengaruh CEO Narsisme dan Ukuran Perusahaan terhadap Kinerja Keuangan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Manajemen*, *5*(1), 15–22. https://doi.org/10.35326/jiam.v5i1.2045

Otoritas Jasa Keuangan. (2023, January 10). *Siaran Pers: Kinerja Perbankan yang Kuat dan Stabil Dorong Optimisme di Tengah Gejolak Global*.

Pristaliona, I., HIdayati, D. S., & Prasetyaningrum, S. (2022). Are fear of missing out and loneliness a symptom of narcissistic behaviour? *Cognicia*, *10*(1), 51–57. https://doi.org/10.22219/cognicia.v10i1.20436

Rusydi, M. (2021). The Impact of CEO Narcissism Behavior on Firm Performance through Earnings Management. *ATESTASI : Jurnal Ilmiah Akuntansi*, *4*(1), 53–60. https://doi.org/10.33096/atestasi.v4i1.645

Safitri, C. A., Littu, H., & Nuridah, S. (2024). Pengaruh Kinerja Keuangan dan Good Corporate Governance terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, *8*(1). https://investasi.kontan.co.id/news/tata-kelola-sejumlah-emiten-buruk-begini-kata-

Sani Akbar, J., Pertiba, S., & Pinang, P. (2021). THE EFFECT OF RETURN ON ASSETS AND RETURN ON EQUITY ON PRICE TO BOOK VALUE ON BANKING COMPANIES LISTED ON THE INDONESIA STOCK EXCHANGE. In *Business and Accounting Research (IJEBAR) Peer Reviewed-International Journal* (Vol. 5). http://www.jurnal.stie-aas/ijebar

Shagerdi, A. G., Javan, M., & Sajjad Ghafourian Shagerdi, M. (2019). The Effect of CEO Overconfidence and CEO Narcissism on the Relationship between Social Responsibility and Financial Performance in the Listed Companies in Tehran Stock Exchange. *Iranian Journal of Acconting, Auditing & Finance*. https://doi.org/10.22067/ijaaf.v3i3.87538

Shahab, Y., Ntim, C. G., Chen, Y., Ullah, F., Li, H. X., & Ye, Z. (2020). Chief executive officer attributes, sustainable performance, environmental performance, and environmental reporting: New insights from upper echelons perspective. *Business Strategy and the Environment*, *29*(1), 1–16. https://doi.org/10.1002/bse.2345

Suhardoyo, S. (2022). The Narcissistic Leadership Style Perspective in Terms of Factors, Roles and Influences in the Organization. *Jurnal Pendidikan, Sains Sosial, Dan Agama*, *8*(2), 449–462. https://doi.org/10.53565/pssa.v8i2.551

Suherman, Ramadhania, M., Ahmad, G. N., Zakaria, A., & Witiastuti, R. S. (2021). The Effect of Gender Diversity and the Business Expertise of Female Directors on Firm Performance: Evidence from the Indonesia Stock Exchange. *INTERNATIONAL JOURNAL OF BUSINESS*, *26*(3), 2021.

Syahriani, A. T. (2023). Efek CEO Narcisme Terhadap Kinerja Keuangan. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (Jebma)*, *3*(3). www.idx.co.id,

Wilken, L. J., & Brenner, S. (2023). *The Effect of CEO Narcissism on Firm Performance An analysis of the relationship between CEO narcissism and firm performance and the moderating effects of CEO gender and age*.

Yakeley, J. (2018). Current Understanding of Narcissism and Narcissistic Personality Disorder. *BJPsych Advances*, *24*(5), 305–315. https://doi.org/10.1192/bja.2018.20

Zainol, Z. (2020). CEO Narcissism and CSR Reporting in Malaysian Public Listed Companies. *Global Business and Management Reasearch: An International Journal*, *12*(4).