

PENGARUH *CORPORATE POLITICAL ACTIVITY* DAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP *FIRM COMPETITIVENESS* YANG DIMODERASI OLEH *MARKETING CAPABILITY* PADA UMKM KULINER PROGRAM GANDENG-GENDONG DI KOTA YOGYAKARTA

DANDY MARTHA PUTRA

NIM. 141210134

Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta

(Email: dandymarthap@gmail.com)

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *corporate political activity* dan *corporate social responsibility* terhadap *firm competitiveness* yang dimoderasi oleh *marketing capability* pada UMKM Kuliner di Kota Yogyakarta. Populasi dalam penelitian ini adalah UMKM Kuliner di Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta yang berjumlah 72 UMKM Kuliner. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang berasal dari kuesioner. Data primer dari kuesioner ini kemudian diolah menggunakan SmartPLS 3. Hasil analisis menunjukkan bahwa *corporate political activity*, *corporate social responsibility*, dan *marketing capability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *firm competitiveness*. Lalu *marketing capability* memoderasi variabel *corporate political activity* dan *corporate social responsibility* terhadap *firm competitiveness*.

Kata Kunci: *corporate political activity, corporate social responsibility, marketing capability, firm competitiveness*