

**PENGARUH *STRATEGIC GREEN MARKETING ORIENTATION*
TERHADAP *BUSINESS PERFORMANCE: GREEN ABSORPTIVE
CAPACITY* DAN *ENVIRONMENTAL SUSTAINABILITY* SEBAGAI
VARIABEL MEDIASI PADA UKM KULINER GUDEG DI
KOTA YOGYAKARTA**

Satria Ageng Wibawa

NIM.141220219

Mahasiswa Program Studi Ekonomi Manajemen Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Strategic Green Marketing Orientation* terhadap *Business Performance: Green Absorptive Capacity* dan *Environmental Sustainability* sebagai variabel mediasi pada UKM kuliner gudeg di Kota Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Jenis pendekatan kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode sensus yaitu sebanyak 61 pemilik atau pengelola UKM kuliner gudeg di Kota Yogyakarta. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner. Alat analisis menggunakan SmartPLS 4.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) *Strategic Green Marketing Orientation (SGMO)* memiliki arah positif dan signifikan terhadap *Business Performance (BP)*. (2) *Strategic Green Marketing Orientation (SGMO)* memiliki arah positif dan signifikan terhadap *Environmental Sustainability (ES)*. (3) *Environmental Sustainability (ES)* memiliki arah positif dan signifikan terhadap *Business Performance (BP)*. (4) *Strategic Green Marketing Orientation (SGMO)* memiliki arah positif dan signifikan terhadap *Green Absorptive Capacity (GAC)*. (5) *Green Absorptive Capacity (GAC)* memiliki arah negatif dan signifikan terhadap *Environmental Sustainability (ES)*. (6) *Green Absorptive Capacity (GAC)* memiliki arah negatif dan signifikan terhadap *Business Performance (BP)*. (7) *Strategic Green Marketing Orientation (SGMO)* memiliki arah positif dan signifikan terhadap *Business Performance (BP)* yang dimediasi oleh *Environmental Sustainability (ES)*. (8) *Strategic Green Marketing Orientation (SGMO)* memiliki arah positif dan tidak signifikan terhadap *Environmental Sustainability (ES)* yang dimediasi oleh *Green Absorptive Capacity (GAC)*. (9) *Strategic Green Marketing Orientation (SGMO)* memiliki arah positif dan tidak signifikan terhadap *Business Performance (BP)* yang dimediasi oleh *Green Absorptive Capacity (GAC)*. (10) *Strategic Green Marketing Orientation (SGMO)* memiliki arah positif dan tidak signifikan terhadap *Business Performance (BP)* yang dimediasi oleh *Green Absorptive Capacity (GAC)* dan *Environmental Sustainability (ES)*. **Kata kunci : *Strategic Green Marketing Orientation, Environmental Sustainability, Green Absorptive Capacity, Business Performance.***