Apakah Environmental, Social, and Governance (ESG) Memediasi Hubungan antara Pengaruh Strategi Green
Marketing dengan Kinerja Keuangan? Bukti Empiris pada Perusahaan Non-Keuangan di ASEAN
Endah Triana, Mahfud Sholihin, Prof., PhD., Ak., CA., CPA (Aust)
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN ..... **ii**
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI ..... **iii**
KATA PENGANTAR ..... **iv**
DAFTAR ISI ..... **iv**
DAFTAR TABEL ..... **x**
DAFTAR GAMBAR ..... **xi**
BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 10
1.3 Pertanyaan Penelitian 11
1.4 Tujuan Penelitian 11
1.5 Motivasi Penelitian 12
1.6 Manfaat Penelitian 12
1.7 Kontribusi Penelitian 13
1.8 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian 14
BAB II LANDASAN TEORI DAN TINJAUAN PUSTAKA **16**
2.1. Landasan Teori 16
2.1.1. Teori Natural Resource-Based View 16
2.1.2. Teori *Stakeholder* 18
2.2. Strategi *Green marketing* 19
2.3. *Environmental, Social, and Governance* (ESG) 21
2.3.1. Komponen *Environmental, Social, and Governance* 22
2.4. Kinerja Keuangan 24
2.5. Pengembangan Hipotesis 25
2.5.1. *Green marketing* dan Kinerja Keuangan 25
2.5.2. *Green marketing* dan *Environmental, Social, and Governance* (ESG) 28
2.5.3. *Environmental, Social, and Governance* dan Kinerja Keuangan 30

UNIVERSITAS GADJAH MADA
Apakah Environmental, Social, and Governance (ESG) Memediasi Hubungan antara Pengaruh Strategi Green Marketing dengan Kinerja Keuangan? Bukti Empiris pada Perusahaan Non-Keuangan di ASEAN
Endah Triana, Mahfud Sholihin, Prof., PhD., Ak., CA., CPA (Aust)
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

2.5.4. Pengaruh *Environmental, Social, and Governance* dalam Memediasi Hubungan *Green marketing* terhadap Kinerja Keuangan. 31
2.6. Kerangka Penelitian 32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN 34
3.1. Desain Penelitian 34
3.2. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel Penelitian 34
3.2.1. Variabel Dependen 34
3.2.2. Variabel Independen 36
3.2.3. Variabel Pemediasi 39
3.2.4. Variabel-variabel kontrol 40
3.3. Populasi, Sampel, dan Data Penelitian 41
3.4. Teknik Pengumpulan Data 42
3.5. Teknik Analisis Data 43
3.5.1. Statistik Deskriptif 43
3.5.2. *Generalized Method of Moment* (GMM) 43
3.5.3 Model Penelitian 45
3.5.4. Uji Spesifikasi Model 47
3.5.5. Uji Mediasi 48
3.5.6. Analisis Tambahan 49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 52
4.1 Deskripsi Data 52
4.2 Statistik Deskriptif 53
4.3 Uji Multikolinearitas 54
4.4 Pemilihan Model Two Step System GMM 56
4.5 Uji Hipotesis 58
4.6 Uji Mediasi 62
4.7 Analisis Tambahan 63
4.7.1 Uji Robustness 64
4.7.2 Analisis Komponen *Environmental*, *Social*, dan *Governance* 67
4.8 Diskusi Temuan 71

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Apakah Environmental, Social, and Governance (ESG) Memediasi Hubungan antara Pengaruh Strategi Green Marketing dengan Kinerja Keuangan? Bukti Empiris pada Perusahaan Non-Keuangan di ASEAN
Endah Triana, Mahfud Sholihin, Prof., PhD., Ak., CA., CPA (Aust)
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

4.8.1 Pengaruh *Green Marketing* terhadap Kinerja Keuangan 72
4.8.2. Pengaruh *Green Marketing* terhadap ESG 76
4.8.3. Pengaruh ESG terhadap Kinerja Keuangan 77
4.8.4. Pengaruh Mediasi ESG dalam hubungan *Green Marketing* terhadap Kinerja Keuangan 81
BAB V KESIMPULAN 84
5.1 Kesimpulan 84
5.2 Implikasi 86
5.3 Keterbatasan 89
5.4 Saran 91
DAFTAR PUSTAKA 93