

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji hubungan antara green marketing (pemasaran ramah lingkungan), karakteristik dewan, dan kinerja perusahaan, dengan menggunakan 13.864 perusahaan Tiongkok yang terdaftar di bursa sebagai subjek observasi. Penelitian ini berfokus pada pengaruh green marketing terhadap kinerja perusahaan serta pengaruh moderasi dari karakteristik dewan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: pertama, green marketing berperan dalam meningkatkan kinerja perusahaan; kedua, komposisi direktur independen memberikan pengaruh moderasi yang positif; ketiga, penggabungan peran ketua dewan dan manajer umum memberikan pengaruh moderasi yang negatif, sehingga menghambat dampak positif green marketing terhadap kinerja perusahaan; dan terakhir, keberagaman gender dalam dewan direksi memainkan peran moderasi yang bermanfaat.

Keyword : Green Marketing, Board Characteristics, Corporate Performance

