

DAFTAR ISI

PENGARUH DIMENSI ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN JARINGAN USAHA TERHADAP KINERJA USAHA UKM DI JAKARTA BARAT Andy Hendrawan, Andi Wijaya	577-586
PENGARUH INSENTIF DAN BUDAYA ORGANISASI TERHADAP KOMITMEN ORGANISASI Cynthia Dewi, Joyce Angelique Turangan	587-594
PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP NIAT BELI KONSUMEN (STUDI PADA TOYOTA AGYA) Jeremi Francis Setiadi, Tommy Setiawan Ruslim	603-611
PENGARUH OVERCONFIDENCE, HERDING EFFECT, SELF-MONITORING TERHADAP INVESTMENT DECISION PADA MASA PANDEMI COVID-19 Hadrian Hadrian, I Gede Adiputra	595-602
PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KINERJA UMKM Kevin Kevin, Ida Puspitowati	612-620
PENGARUH FIRM PERFORMANCE, FIRM SIZE, LEVERAGE, INVESTMENT OPPORTUNITIES TERHADAP GOOD CORPORATE GOVERNANCE Mouren Karnius Chandra, Yusbardini Yusbardini	621-630
PENGARUH FINANCIAL ATTITUDE, FINANCIAL BEHAVIOR, FINANCIAL KNOWLEDGE, DAN RISK TOLERANCE TERHADAP FINANCIAL SATISFACTION Olivia Sandra Wijaya, Ary Satria Pamungkas	631-642
FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KINERJA KARYAWAN PADA PT. JOCELYN ANUGRAH JAYA Septiana Septiana, Oey Hannes Widjaja	643-652
PENGARUH PERSONAL ATTITUDE, SUBJECTIVE NORM, DAN PERCEIVED BEHAVIORAL CONTROL TERHADAP ENTREPRENEURIAL INTENTION Alfian Loria, Rodhiah Rodhiah	653-661
INTENSI KEWIRAUSAHAAN: STUDI PADA FAKTOR INDIVIDUAL, SITUASIONAL, DAN PERBEDAAN GENDER Audrey Jocelyn Hertanto, Frangky Slamet	662-672
PENGARUH STRUKTUR MODAL, LIKUIDITAS, TINGKAT PERTUMBUHAN, DAN EFISIENSI TERHADAP PROFITABILITAS Desi Agustina, Indra Widjaja	673-682

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI KINERJA USAHA KERAJINAN ROTAN DI KABUPATEN CIREBON Donny Perkasa, Sarwo Edy Handoyo	683-689
PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN KAPASITAS INOVASI TERHADAP KESUKSESAN PROYEK PADA BIDANG FASHION Fernando Gho Danny, Louis Utama	690-699
PENGARUH KEPEMIMPINAN DAN MOTIVASI KERJA TERHADAP KEPUASAN KERJA Franedy Franedy, Carol Daniel Kadang	700-706
PENGARUH MEKANISME TATA KELOLA PERUSAHAAN DAN KINERJA KEUANGAN TERHADAP KEMUNGKINAN KEBANGKRUTAN PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SUB SEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA Genna Surayal, Khairina Natsir	707-714
PENGARUH PERCEIVED EASE OF USE, PERCEIVED USEFULNESS, DAN TRUST TERHADAP INTENTION TO USE Ivan Naufaldi, Miharni Tjokrosaputro	715-722
PENGARUH KOMPENSASI MOTIVASI DAN KEPUASAN KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN PT. KURNIA MANDIRI JAYA PADA DIVISI DISTRIBUSI KANTOR PUSAT DI CIREBON Jefta Andika Kurniawan, M Tony Nawawi	723-729
PENGARUH KEPEMILIKAN INSTITUSIONAL, JUMLAH KOMITE AUDIT DAN KOMISARIS INDEPENDEN TERHADAP TOTAL KOMPENSASI Jenny Winda Wati, Kartika Nuringsih	730-738
PERANAN MEANING OF WORK MEMEDIASI HUBUNGAN ANTARA DUKUNGAN ORGANISASI DAN KREATIVITAS KARYAWAN Jovian Jonathan Lieando, Yanuar Yanuar	739-748
PENGARUH MOTIVASI KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN DENGAN ORGANIZATIONAL CITIZENSHIP BEHAVIOR SEBAGAI MEDIASI Karina Debbie Gautama, Edalmen Edalmen	749-757
PENGARUH PERCEIVED VALUE, PERCEIVED QUALITY DAN CUSTOMER SATISFACTION TERHADAP CUSTOMER LOYALTY WARUNK UPNORMAL DI JAKARTA Koko Andianto, Carunia Mulya Firdausy	758-764
PREDIKSI E-WOM DAN SUBJECTIVE NORM TERHADAP PURCHASE INTENTION: BRAND ATTITUDE SEBAGAI VARIABEL MEDIASI Leonardo Tan, Keni Keni	765-774

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI FINANCIAL PERFORMANCE PERUSAHAAN INDUSTRI DASAR DAN KIMIA DI INDONESIA Michelle Angela, Maswar Abdi	775-782
PREDIKSI BRAND EQUITY DAN PERCEIVED VALUE TERHADAP PURCHASE INTENTION Richard Tan, Herlina Budiono	783-792
FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI TURNOVER INTENTION KARYAWAN PADA PT PERMATA PRIMA CANINDO DI JAKARTA Santi Gunawan, Kurniati W. Andani	793-802
KESENANGAN HEDONIS TERHADAP KETERLIBATAN PELANGGAN, MEDIASI: KEPERCAYAAN MEREK DAN KECINTAAN MEREK Shela Pramesty, Cokki Cokki	803-811
PENENTUAN COLLATERAL COVERAGE RATIO (CCR) SUATU PERUSAHAAN DENGAN MENGGUNAKAN FINANCIAL RATIO COVENANTS Sheren Danella Jieandy, Ignatius Roni Setyawan	812-819
PENGARUH SIKAP KEUANGAN, SOSIAL, DAN PENGETAHUAN KEUANGAN TERHADAP PERENCANAAN KEUANGAN PRIBADI Sonny Christian, Hendra Wiyanto	820-827
FAKTOR YANG MENENTUKAN PENGGUNAAN FINANCIAL TECHNOLOGY SECARA BERKELANJUTAN PADA PENGGUNA OVO DI JAKARTA BARAT Vicky Sandjaya Tanu Raja, Sawidji Widoatmodjo	828-837
KUALITAS LAYANAN DAN NILAI YANG DIPERSEPSIKAN TERHADAP NIAT PEMBELIAN PENGGUNA JASA MRT DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI MEDIASI Vony Riyanto, Hetty Karunia Tunjungsari	838-846