

DAFTAR ISI

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN MEREK KOSMETIK ROSÉ ALL DAY Bellinda Budiman, Yenny Lego	556-567
DETERMINAN KREATIVITAS BERWIRAUSAHA GENERASI Z Carlysia Chiara Arifin, Kartika Nuringsih	568-579
PERAN KEPUASAN KERJA SEBAGAI MEDIASI PADA PENGARUH LINGKUNGAN KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN Elyana Victoria, Edalmen	580-589
PENGARUH PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN DAN KEINOVATIFAN TERHADAP INTENSI BERWIRAUSAHA MELALUI MOTIVASI BERWIRAUSAHA PADA MAHASISWA PTS DI JAKARTA Farren Aurelia Suryadi, Frangky Selamat	590-601
MENGGALI FAKTOR-FAKTOR YANG MENDORONG <i>REPURCHASE INTENTION</i> PADA <i>PLATFORM SHOPEE FOOD</i> Gemitalia Avisca, Arifin Djakasaputra	602-609
MEMBANGUN KEPERCAYAAN: PERAN KOMUNITAS <i>ONLINE</i> DAN <i>E-WOM</i> DALAM MEMBENTUK NIAT PEMBELIAN IPHONE Jessica Ardianto, Hetty Karunia Tunjungsari	610-618
PENGARUH <i>BRAND TRUST</i> , <i>BRAND AWARENESS</i> , DAN <i>PERCEIVED QUALITY</i> TERHADAP <i>PURCHASE INTENTION</i> PRODUK <i>PRIVATE LABEL</i> JAKARTA (STUDI KASUS PADA INDOMARET) Jesslyn Leislee, M. Tony Nawawi	619-627
FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI <i>PURCHASE DECISION</i> PRODUK TUPPERWARE DI JAKARTA Michelle Kristina Suci, Carunia Mulya Firdausy	628-640
OPTIMASI KINERJA USAHA UMKM KULINER: HUBUNGAN ASPEK INTERNAL MELALUI <i>CUSTOMER ENGAGEMENT</i> Rina Nurmilah, Arifin Djakasaputra	641-648
DAMPAK KONFLIK DAN STRES MEMPENGARUHI KEPUASAN KERJA KARYAWAN Silvi, Kurniati W. Andani	649-654
PENGARUH PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN, DUKUNGAN SOSIAL DAN <i>LOCUS OF CONTROL</i> TERHADAP INTENSI BERWIRAUSAHA Amanda Angelica Putri ¹ , Sarwo Edy Handoyo	655-662

INOVASI PRODUK SEBAGAI MEDIATOR <i>KNOWLEDGE MANAGEMENT</i> TERHADAP <i>COMPETITIVE ADVANTAGE COFFEE SHOP</i> Chandra Purnama, Ida Puspitowati	663-671
FAKTOR PENENTU NIAT BERWIRAUSAHA PADA MAHASISWA Davim Halim, Rodhiah	672-680
PENGARUH PENGGUNAAN RAYYANZA MALIK AHMAD (CIPUNG) SEBAGAI ENDORSER TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN Egie Pradana Siregar, Galuh Mira Saktiana	681-696
PENGARUH ORIENTASI PASAR TERHADAP KINERJA BISNIS USAHA PUSAT KEBUGARAN DENGAN INOVASI SEBAGAI MEDIASI Gilbert Imanuel Purwanto, Andi Wijaya	697-706
INTENSI BERWIRAUSAHA DILIHAT DARI ASPEK KEPERIBADIAN PROKSIMAL PADA MAHASISWA FEB UNIVERSITAS TARUMANAGARA Lady Gan ¹ , Andi Wijaya	707-715
PENGARUH LINGKUNGAN KERJA DAN KOMPENSASI TERHADAP KEPUASAN KERJA DENGAN MEDIASI KOMITMEN ORGANISASI PADA ANAK BANK PERUSAHAAN BUMN DI JAKARTA SELATAN Muhammad Rakha Raihan, Ronnie Resdianto Masman	716-725
PENGARUH MOTIVASI KERJA, KOMUNIKASI DAN STRES KERJA TERHADAP KEPUASAN KERJA MELALUI KOMPENSASI Sherly Permatasari, Yanuar	726-735
PENTINGNYA <i>TRUST</i> DAN <i>SATISFACTION</i> MEMEDIASI <i>SERVICE</i> <i>QUALITY</i> TERHADAP <i>LOYALTY</i> TOKOPEDIA DI BOGOR Venky Lukito, Tommy Setiawan Ruslim	736-743
PERAN SELEBRITI, ULASAN, DAN KEAMANAN BAHAN TERHADAP NIAT BELI PRODUK PERAWATAN KULIT Winda Nuriska, Cokki	744-752
PENGARUH ORIENTASI PASAR, ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN, DAN EFIKASI DIRI TERHADAP KINERJA UMKM KULINER Amadeus Yosef Theofadilla, Sarwo Edy Handoyo	753-761
EFEK PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP INTENSI BERWIRAUSAHA MAHASISWA MANAJEMEN UNTAR Daffa Yussara Agusni, Kartika Nuringsih	762-769

DUKUNGAN PEMERINTAH SEBAGAI MODERASI PENGARUH TRANSFORMASI BISNIS DIGITAL DAN KARAKTER KEWIRAUSAHAAN TERHADAP RESILIENSI UMKM Evelyn Sabella Talahi, Mei Ie	770-780
PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI MEDIATOR ANTARA EKUITAS MEREK DAN LOYALITAS MEREK APPLE Herawati Rahayu, Frangky Slamet	781-792
DAMPAK <i>ADVERTISING, INFLUENCER</i> , DAN <i>ULASAN ONLINE</i> TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SHOPEE DI JAKARTA BARAT Immanuel Nicholas Jason, Frangky Slamet	793-802
FAKTOR-FAKTOR PENENTU INTENSI MAHASISWA TEKNIK INFORMATIKA DALAM <i>TECHNOPRENEURSHIP</i> Jansen Arifin, Lydiawati Soelaiman	803-810
<i>MEDIA COMMUNICATION</i> DAN <i>BRAND PASSION</i> TERHADAP <i>PURCHASE INTENTION</i> PADA <i>BRAND</i> NETFLIX DI JABODETABEK Jennifer, Sanny Ekawati	811-819
PENGARUH PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN, MOTIVASI BERWIRAUSAHA, DAN LINGKUNGAN KELUARGA TERHADAP NIAT BERWIRAUSAHA Juliansyah Putra, Nur Hidayah	820-827
MEMBANGUN <i>PURCHASE INTENTION</i> DENGAN FAKTOR <i>SAFETY INGREDIENTS, ONLINE CUSTOMER REVIEW</i> , DAN <i>BRAND AWARENESS</i> PADA PRODUK N'PURE DI WILAYAH JABODETABEK Maulin Amrina Rosyada, Galuh Mira Saktiana	828-838
FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KINERJA KARYAWAN DI PT INDONESIA CAN READ Michael Hulio, Hannes Widjaja	839-847