

DAFTAR ISI

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KINERJA UMKM PADA <i>COFFEE SHOP</i> DI JAKARTA BARAT Adiputra Wongso, Nur Hidayah	1-8
PERAN E-WOM, CITRA MEREK, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP NIAT MEMBELI PRODUK SKINTIFIC Anastasia Setiawan, Cokki	9-17
FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KINERJA USAHA UMKM MAKANAN DI JAKARTA BARAT Kevin Chris Gunarsa, Louis Utama	18-28
FAKTOR YANG MEMPENGARUHI <i>PURCHASE INTENTION</i> DENGAN <i>BRAND AWARENESS</i> SEBAGAI MEDIASI Andri Jonathan, Galuh Mira Saktiana	29-38
FAKTOR DALAM MENINGKATKAN MINAT BERWIRAUSAHA PADA MAHASISWA UNIVERSITAS TARUMANAGARA Angelica Soepriatna, Andi Wijaya	39-46
PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN THE ORIGINOTE DI JAKARTA Angelina Monica, Galuh Mira Saktiana	47-54
PENGARUH KUALITAS LAYANAN, PERSEPSI HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PENGGUNA JASA GOJEK LAYANAN GORIDE Aprianti, Yenny Lego	55-65
PENGARUH IKLAN, KUALITAS PRODUK, DAN <i>REVIEW</i> KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI <i>BRAND CHAGEE</i> Matthew Mikael, Herlina Budiono	66-73
PENGARUH PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN, DUKUNGAN SOSIAL, DAN MOTIVASI BERWIRAUSAHA TERHADAP INTENSI BERWIRAUSAHA Clarissa Stephanie Kwok, Kartika Nuringsih, Khairina Natsir	74-82
MODERASI INTENSITAS PERSAINGAN TERHADAP FAKTOR PENENTU KINERJA USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH Danovan Putra Albino, Ida Puspitowati	83-94

PENGARUH PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN, KREATIVITAS, DAN INOVASI BERWIRAUSAHA TERHADAP KEBERHASILAN BISNIS KECANTIKAN Deasa Putri, Kartika Nuringsih, Khairina Natsir	95-104
PENGARUH <i>EMOTIONAL ATTACHMENT</i> DAN <i>BRAND TRUST</i> PADA <i>CUSTOMER LOYALTY</i> YANG DIMEDIASI <i>CUSTOMER SATISFACTION</i> Erwin Wijaya, Carunia Mulya Firdausy	105-114
KEPERCAYAAN DIRI SEBAGAI MODERASI TERHADAP FAKTOR PENENTU INTENSI BERWIRAUSAHA Fiona Agustian, Ida Puspitowati	115-123
PENGARUH <i>PRICE PERCEPTION</i> , <i>BRAND IMAGE</i> , <i>BRAND TRUST</i> , DAN <i>BRAND AWARENESS</i> TERHADAP <i>PURCHASE INTENTION</i> KONSUMEN EMAS ANTAM DI JAKARTA BARAT Gabriel Christian Gian, Carunia Mulya Firdausy	124-133
INTENSI MEMBELI PRODUK RAMAH LINGKUNGAN PADA KONSUMEN DI JAKARTA Grace Nathasya Wun, Frangky Selamat	134-147
FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI <i>PURCHASE INTENTION</i> PRODUK GLAD2GLOW DI Jakarta Jenny Valencia, M. Tony Nawawi	148-156
PENGARUH PERILAKU KEWIRAUSAHAAN DAN KREATIVITAS BISNIS TERHADAP KINERJA USAHA PADA UMKM KULINER DI JAKARTA BARAT Joanne Katharina Wiraya, Mei Ie	157-167
FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KINERJA UMKM <i>COFFEE SHOP</i> DI JAKARTA Jordan Juwono, Nur Hidayah	168-177
<i>MULTITASKING</i> DAN <i>TRANSFORMATIONAL LEADERSHIP</i> TERHADAP <i>WORK PERFORMANCE</i> PADA KARYAWAN FAKULTAS EKONOMI & BISNIS UNTAR II Kelly Padmadevi, Ronnie Resdianto Masman	178-187
DAMPAK MEDIA SOSIAL, ENDORSER SELEBRITI, DAN E-WOM TERHADAP MINAT BELI PRODUK UMKM KULINER Lydia Marcella Putri, Sarwo Edy Handoyo	188-197

PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN DAN MOTIVASI SEBAGAI PREDIKTOR TERHADAP INTENSI BERWIRAUSAHA MAHASISWA-MAHASISWI UNIVERSITAS XYZ TANGERANG SELATAN Malvin Marcellino Kosagi, Oey Hannes Widjaja	198-206
CITRA MEREK, <i>ELECTRONIC WORD OF MOUTH</i> , DAN FAKTOR KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN <i>SKINCARE</i> AZARINE Margareta Silvia, Yenny Lego	207-215
PENGARUH KOMPENSASI, MOTIVASI KERJA, DAN LINGKUNGAN TERHADAP KEPUASAN KERJA Mutiarra Sanny, Yusi Yusianto	216-223
LITERASI KEUANGAN, <i>OVERCONFIDENCE</i> , <i>HERDING</i> DAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN INVESTASI SAHAM GEN Z DI JAKARTA BARAT Praysel Blessy, Sawidji Widodoatmodjo	224-230
PENGARUH INOVASI PRODUK DAN HARGA MELALUI CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI MOBIL DI JAKARTA UTARA Reymend, Arifin Djakasaputra	231-240
FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PENGGUNAAN <i>M-BANKING</i> : STUDI PADA GENERASI Z DI Jakarta Sakura, Sanny Ekawati	241-250
PENGARUH PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN, KEBERANIAN MENGAMBIL RISIKO, MOTIVASI WIRAUSAHA, DAN INOVASI TERHADAP KEBERHASILAN USAHA UMKM KULINER Stephen, Sarwo Edy Handoyo	251-260
PENGARUH PEMASARAN MEDIA SOSIAL TERHADAP NIAT MEMBELI IMPLUSIF DENGAN MEDIASI RESONANSI MEREK DAN RESPON EMOSIONAL Viandelya Lovely, Frangky Selamat	261-270
TANTANGAN KINERJA GENERASI MASA KINI Vicencia Valendinata, Yanuar	271-280
DINAMIKA E-WOM DALAM MENDORONG <i>PURCHASE INTENTION</i> MELALUI <i>BRAND IMAGE</i> DAN <i>BRAND TRUST</i> PADA KONSUMEN MANGO Adellia Lusyani, Tommy Setiawan Ruslim	281-289

PERAN KEPERCAYAAN DAN <i>USER EXPERIENCE</i> DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN <i>MARKETPLACE</i> Bryan Samuel Gunawan, Keni	290-302
FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI MINAT INVESTASI SAHAM MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS Jeanyfer Vanessa, Hendra Wiyanto	303-310
CORPORATE REPUTATION'S MEDIATION OF EMPLOYER BRANDING AND SOCIAL MEDIA ON GEN Z JOB INTENTION IN JABODETABEK Marshela, Joyce A. Turangan	311-325
PERAN <i>GREEN FINANCE</i> , KINERJA LINGKUNGAN, DAN KINERJA KEUANGAN SEBAGAI PENENTU NILAI PERUSAHAAN Klymena Hardi, Agus Zainul Arifin	326-336
POLA PENGELOLAAN KEUANGAN MAHASISWA MODERN: DARI LITERASI HINGGA GAYA HIDUP Olivia Novitasari, Nuryasman MN	337-346
ANALISIS DETERMINAN NILAI PERUSAHAAN PADA SEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN DI INDONESIA Valerie Indah Tandra, Ignatius Roni Setyawan	347-356
PENGARUH PEMANFAATAN AI DAN TIKTOK SEBAGAI PENDORONG KINERJA UMKM KULINER DI JAKARTA MELALUI PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN Ferando, Lydiawati Soelaiman, Joyce Angelique Turangan	357-368
PENGARUH <i>FINANCIAL LITERACY</i> , <i>RISK TOLERANCE</i> , DAN <i>FINANCIAL</i> <i>ATTITUDE</i> TERHADAP <i>INVESTMENT DECISION</i> Felicia Kosasi, Herman Ruslim	369-376
PENGARUH KEPERCAYAAN, <i>LIVE STREAMING</i> , DAN PENGALAMAN PELANGGAN TERHADAP NIAT BELI ULANG MELALUI KEPUASAN PELANGGAN Lita Marchella Tanumiharja, Keni	377-393
PERBEDAAN PERSEPSI KEINGINAN DAN KELAYAKAN TERHADAP INTENSI WIRAUSAHA SOSIAL GENERASI Z BERDASARKAN <i>GENDER</i> Geraldo Benedick Foe, Lydiawati Soelaiman	394-403