

JURNAL MANAJEMEN BISNIS DAN KEWIRAUSAHAAN

Volume 6/No. 3/Mei/2022

e-ISSN 2598-0289

Terbit enam kali dalam setahun. Berisi tulisan yang diangkat dari hasil penelitian di bidang Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan.

Ketua Dewan Penyunting

Prof. Ir. Carunia Mulya Firdausy, M.A., Ph.D, APU – Universitas Tarumanagara

Wakil Ketua Dewan Penyunting

Dr. Keni, S.E., M.M. – Universitas Tarumanagara

Anggota Dewan Penyunting

Dr. Ir. Agus Zainul Arifin, M.M. – Universitas Tarumanagara

Dr. Eddy Supriyatna MZ, M.Hum. – Universitas Tarumanagara

Dr. Anas Lutfi, M.M., M.Kn. – Universitas Indonesia

Dr. Hardius Usman, M.Si. – Universitas Indonesia

Dr. Indra Widjaja, S.E., M.M. – Universitas Tarumanagara

Dr. Hetty Karunia Tunjungsari, S.E., M.Si. – Universitas Tarumanagara

Sekretariat

Maria Benedikta, S.E.

Margaretha Hillary, S.Ds., M.M.

Alamat Penyunting dan Tata Usaha: Program Studi MM UNTAR, Kampus 1, Gedung Utama, Lantai 14, Jl. Letjen. S. Parman No. 1 Grogol, Jakarta 11440. Telp. (62-21) 565-5806 dan (62-21) 565-5808. Email: jmbkmm@untar.ac.id

Pengaruh <i>Service Quality</i> dan <i>Customer Experience</i> terhadap Loyalitas Nasabah Bank di Jakarta: <i>Trust</i> sebagai Variabel Mediasi Leonardo Lantang, Keni	231-236
Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Wirausaha terhadap Kinerja Bisnis pada UKM Butik di ITC Mangga Dua Aprillia Ferawati	237-241
Pengaruh Harga, Promosi, dan <i>Brand Ambassador</i> yang Dimediasi oleh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Situs Belanja <i>Online</i> Shopee Ibnaty Fauziah, Hetty Karunia Tunjungsari	242-247
Analisis Pengaruh Blog, <i>Social Network</i> , dan Pariwisata terhadap Minat Berwisata di Indonesia Dany Lumanau, Hetty Karunia Tunjungsari	248-253
Pengaruh <i>Brand Image</i> , <i>Brand Awareness</i> , dan <i>Brand Trust</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> pada Produk Kecantikan Ramah Lingkungan Mirtsa Zahara Hadi, Keni	254-259
Analisis Pengaruh Globalisasi terhadap Pertumbuhan Ekonomi di ASEAN Periode 2013-2019 Mikmayocha Virgan, Yanuar	260-265
Pengaruh <i>Brand Image</i> , <i>Brand Trust</i> , dan <i>Brand Communication</i> terhadap <i>Brand Loyalty Client</i> Jasa Inspeksi Batu Bara PT Tribhakti Inspektama di Indonesia Edi Sucipto Tanady, Carunia Mulya Firdausy	266-271
Pengaruh <i>Performance Expectation</i> , <i>Effort Expectation</i> , <i>Social Influence</i> , dan <i>Facilitating Condition</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> pada Pengguna ShopeePay di Jakarta By Venansius Kenny, Carunia Mulya Firdausy	272-277
Pengaruh <i>Brand Awareness</i> dan <i>Brand Association</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> melalui <i>Perceived Quality</i> pada Laneige di Jakarta Jessica Wijaya, Rezi Erdiansyah	278-282
Pengaruh Covid-19 terhadap Pertumbuhan <i>Fintech</i> Pinjaman di Indonesia Louise, Yanuar	283-288
Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Pertambangan Batu Bara yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2019 Efriyanti, Indra Widjaja	289-294
Pengaruh <i>Capital Adequacy Ratio (CAR)</i> , <i>Loan To Deposit Ratio (LDR)</i> , dan <i>Non-Performing Loan (NPL)</i> terhadap Profitabilitas Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode Tahun 2017-2019 Novianti S. Putri, Indra Widjaja	295-300
Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> dan <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> melalui <i>Corporate Image</i> Priscilla Amelia, Haris Maupa	301-305
Pengaruh <i>Perceived Usefulness Services</i> dan <i>Self-efficacy</i> terhadap <i>Intention of Use Mobile Payment Fintech</i> di Jakarta Yohanes Imanuel Budiman	306-311

Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> dan <i>Perceived Service Credibility</i> terhadap <i>Intention of Use Mobile Payment</i> di Jakarta Setiawan	312-317
Pengaruh <i>Brand Prestige</i> , <i>Brand Credibility</i> , dan <i>Brand Knowledge</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> pada Inline Skate Flying Eagle di Jakarta Dela Vineza, Rezi Erdiansyah	318-323
Pengembangan Branding Arung Jeram di Bogor Barat (<i>New Venture Creation</i>) Kusmayadi, Eddy Supriyatna MZ	324-328
Capital Budgeting Analysis in Coal Hauling Subscription Business Model Ignatius Indrawan Sumawinata, Okia Verda Suryani, Suwinto Johan	329-334
Analisis <i>Risk-Adjusted Return</i> sebagai Sarana Evaluasi Aset Kripto (Studi pada Bloomberg Galaxy Crypto Index Tahun 2018-2021) Muhammad Rafdi Raihan Pranata, Vera Intanie Dewi	335-340
Determinan <i>Perceived Value</i> dan Dampaknya pada <i>Brand Switching</i> pada Konsumen Produk Kosmetik Make Over Ellena Nurfazria Handayani, Indriyani Kusumaningrum	341-346