

JURNAL MANAJEMEN BISNIS DAN KEWIRAUSAHAAN

Volume 6/No. 6/November/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, MADE., 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 Barat 11440. Telp. (62-21) 565-5806 dan (62-21) 565-5808. E-mail: jmbkmm@untar.ac.id

Pengaruh Kompensasi dan Motivasi terhadap Kinerja Karyawan PT Mangala Jaya Utama Viridy Varlucy Watdi, Mukti Rahardjo	577-582
Pengaruh <i>Habit</i> dan <i>Price Value</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> Penggunaan Dompnet Digital: <i>Gender</i> sebagai Variabel Moderasi Caecelia Cynthia Limanan, Keni	583-588
Pengaruh <i>Quick Ratio</i> , <i>Net Profit Margin</i> , <i>Return on Equity</i> , <i>Return on Asset</i> , dan <i>Earning per Share</i> terhadap Imbal Hasil Saham pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2019 Nicholas Chandra, Sawidji Widoatmodjo	589-593
Pengaruh Kepuasan, <i>Word-of-Mouth</i> , dan <i>Perceived Usefulness</i> terhadap Intensi Membeli Kembali Produk Kecantikan Merek Lokal di Jakarta Helen Veronica, Keni	594-599
Pengaruh Selebgram <i>Endorser</i> , <i>Online Consumer Review</i> , dan <i>Brand Image</i> terhadap Minat Beli (Studi Kasus pada <i>Brand Byoote</i>) Taufan Andrean Stefanus, Riris Loisa	600-605
Pengaruh <i>Liquidity Ratio</i> , <i>Activity Ratio</i> , <i>Leverage Ratio</i> , dan <i>Firm Size</i> terhadap <i>Financial Distress</i> pada Perusahaan <i>Agriculture</i> yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2020 Samuel C, Sarwo Edy Handoyo	606-609
Pengaruh <i>Hedonic Shopping Motivation</i> dan <i>Fashion Involvement</i> terhadap <i>Impulse Buying</i> dengan <i>Positive Emotion</i> sebagai Variabel Mediasi pada <i>Event</i> Tanggal Kembar di Shopee Vony Riyanto, Riris Loisa	610-614
Analisis Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> dan <i>Customer Loyalty</i> terhadap <i>Financial Performance</i> pada Layanan Bank Digital di Indonesia dari Sudut Pandang Konsumen Claudius Barly Sadhewa, Agus Zainul Arifin	615-620
Faktor yang Memengaruhi Niat Pembelian Ruko di Morowali Sudarman Kosasih, Keni	621-626
Analisis Faktor Penentu <i>Price Earning Ratio</i> pada Perusahaan yang Terdaftar di Indeks LQ45 Tahun 2015-2019 Christoforus Richard, Ignatius Roni Setyawan	627-632
Pengaruh Strategi Komunikasi Terpadu terhadap Kinerja Penjualan PT Enagic Indonesia Heliza Septiani, Hetty Karunia Tunjungsari	633-638
Pengaruh Mekanisme Membangun Kepercayaan <i>Online</i> pada Kepercayaan Penjual <i>Online</i> dan <i>e-Marketplace</i> terhadap Niat Pembelian Kembali (Studi Empiris di Shopee) Sui Na / Juliana, Sawidji Widoatmodjo	639-644
Pengaruh Gaya Hidup Hedonisme terhadap Perilaku Konsumen pada Masa Pandemi Covid-19 Putri Janiviani, Eddy Supriyatna	645-650
Pengaruh <i>Good Corporate Governance</i> , <i>Net Profit Margin</i> , dan <i>Total Assets Turnover</i> terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Transportasi di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019 Andree Chen, Sarwo Edy Handoyo	651-655
<i>Ease of Use</i> , <i>Customer Satisfaction</i> , dan <i>Trust</i> sebagai Prediktor <i>Purchase Intention</i> pada Aplikasi Shopeefood Michelle Edelyn	656-660

Pengaruh <i>Financial Literacy</i> dan <i>Financial Self-efficacy</i> terhadap <i>Financial Satisfaction</i> dengan <i>Financial Management Behavior</i> sebagai Variabel Mediasi Olivia Sandra Wijaya, Indra Widjaja	661-666
Peran Kualitas Pelayanan dalam Memediasi Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk pada Kepuasan Pelanggan di Restoran Byurger Alda Chairani, Maidar Simanihuru ² , Michael Khrisna Aditya, Anak Agung Gde Agung, Jakaria Amin	667-672
Pengaruh <i>Website</i> UMKM terhadap Minat Beli Konsumen Handyanto Widjojo, David Andrew Munansa, Gregory Diego, Jessy Vanneshia W., Reinhard Indrawan Putra, Shannon Natasya Christina	673-678
Faktor-faktor yang Memengaruhi <i>Customer Loyalty</i> pada Konsumen <i>Fast Food Restaurants</i> di Kota Batam Krisnayanti, Fitriana Aidnilla Sinambela	679-684
Memprediksi Niat Wisatawan Memilih <i>Street Food</i> Menggunakan <i>Theory of Reasoned Action</i> Vita Briliana, Keni	685-690