

JURNAL MANAJEMEN BISNIS DAN KEWIRAUSAHAAN

Volume 02/No.4/Juli/2018

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, MA, Ph.D – Universitas Tarumanagara

Wakil Ketua Dewan Penyunting

Dr. Eko Harry Susanto – Universitas Tarumanagara

Anggota Dewan Penyunting

Dr. Ir. Agus Zainul Arifin, MM – Universitas Tarumanagara
Dr. Eddy Supriyatna MZ, M.HUM – Universitas Tarumanagara
Dr. Anas Lutfi, MM, MKN – Universitas Indonesia
Dr. Hardius Usman, M.Si – Universitas Indonesia
Dr. Indra Widjaja, SE, MM – Universitas Tarumanagara
Dr. Hetty Karunia Tunjung Sari – Universitas Tarumanagara

Sekretariat

Maria Benedicta, SE
Stephanie Pane, SE, MM

Alamat Penyunting dan Tata Usaha: Program Studi MM Untar, Kampus 1, Gedung Utama, Lantai 14, Jl. Let. Jen. S. Parman No. 1 Grogol, Jakarta 11440. Telp. (62-21) 5655806 dan Fax. (62-21) 5655808. Email: mmuntar@tarumanagara.ac.id

ANALISIS PENGARUH MOTIVASI KARYAWAN TERHADAP KINERJA KARYAWAN DI XYZ

Inriana Tiara Agnesia

01-10

PENGARUH KEPEMIMPINAN DAN KEINOVATIFAN TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN PADA
PT. PELAYARAN NASIONAL BAHTERA BESTARI SHIPPING

Kwari Kristiani

11-17

STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS AIR MINERAL PT XYZ

Evan Sulistyio Gunawan

18-24

PENGARUH BI *RATE*, INFLASI, FLUKTUATIF KURS DAN VOLUME PERDAGANGAN SAHAM TERHADAP
INDEKS HARGA SAHAM GABUNGAN PERIODE 2009-2017

Herlina dan Indra Widjaja

25-32

PENGARUH KEPEMIMPINAN, KOMITMEN ORGANISASI, KEPUASAN KERJA, DAN *BALANCE SCORECARD*
TERHADAP KINERJA KARYAWAN PT XYZ DI JAKARTA

Rizki Oktaviani

33-42

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI *SUSTAINABLE ENTREPRENEURSHIP* PADA USAHA
KECIL MENENGAH DI JAKARTA

Michael Kianto

43-51

ANALISIS DAYA SAING EKSPOR KOPI INDONESIA DI PASAR INTERNASIONAL

Felicitas Parnadi dan Riris Loisa

52-61

PENGARUH *TRUST*, *PERCEIVED VALUE*, *BRAND IMAGE* DAN *SATISFACTION* TERHADAP
REPURCHASE INTENTION BATIK AIR DI JAKARTA DAN TANGERANG

Adeline Felicia Lianto

62-68

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *RETURN* SAHAM PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR
YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA

Henny Damayanti Pradwati

69-77

PENGARUH *BRAND IMAGE*, *PRICE* DAN *TRUST* TERHADAP PURCHASE INTENTION PEMESANAN
KAMAR

DI HOTEL IBIS SECARA *ONLINE*

Selvi Agustin

78-84

EKUITAS MEREK PRODUK CAP KAKI TIGA: PENGUJIAN MODEL *CONSUMER-BASED BRAND EQUITY*

Joko Pramono

85-91

STRATEGI *ENTREPRENEURIAL* MARKETING GOCAMPUS.CO.ID DALAM MEMASARKAN PERGURUAN TINGGI SWASTA

Permadi

92-98

ANALISIS MANAJEMEN STRATEGI BERSAING DENGAN MATRIKS IE, MATRIKS SWOT DAN MATRIKS QSPM PADA PT. XYZ

Evelyn

99-105

PENGARUH *GREEN PERCEIVED VALUE, GREEN PERCEIVED RISK, GREEN CONSUMER CONFUSION, GREEN TRUST, CONSUMER GUILT, SELF MONITORING, PRIDE* DAN *PERCEIVED CONSUMER EFFECTIVENESS* TERHADAP *GREEN PURCHASE INTENTION* (KASUS *STARBUCKS* IAKARTA)

Felix Antonius
106-111

CITRA PRODUK NEGARA DALAM MEMPENGARUHI PILIHAN KONSUMEN TERHADAP PRODUK DENGAN VARIABEL MODERASI HARGA

Rendy Ramadhiansa
112-119

PENGARUH WAKTU TUNGGU, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA MASKAPAI GARUDA INDONESIA DI TERMINAL 3 BANDARA SOEKARNO HATTA

Bunga Ayu Lestari
120-126