

JURNAL MANAJEMEN BISNIS DAN KEWIRAUSAHAAN

Volume 6/No. 5/September/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

Faktor-faktor yang Memengaruhi Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Produk Sabun Pemutih Tubuh Merek Jellys "Pure Soap" PT Dunia Kosmetik Sukses Livia Diah, Mukti Rahardjo	463-468
Manajemen Strategi dalam Meningkatkan Keberhasilan Proyek Sistem Informasi Menggunakan Analisis <i>Critical Success Factor</i> Helen Desyani Santoso, Riris Loisa	469-474
Analisis Keefektifan dan Kemudahan Implementasi IT <i>Governance</i> di Instansi X Maria Ayu Cahyaningrum, Sawidji Widoatmodjo	475-480
Motivasi Kerja Ditinjau dari Komitmen Organisasi dan Resistensi terhadap Perubahan Organisasi Perusahaan Logistik PT X di Indonesia Sandra, Rostiana	481-485
Pengaruh Mutu Layanan terhadap Loyalitas Pengunjung melalui Kepuasan Pengunjung sebagai Intervensi pada Emerald Golf Club Linda Destiani, Riris Loisa	486-490
Analisis Kinerja Keuangan Perusahaan Farmasi Tbk sebelum Pandemi Covid-19 dan pada Saat Pandemi Covid-19 Fritzie A. Rexana, Indra Widjaja	491-496
Niat Beli Produk <i>Power Tools</i> : Peranan Kemasan, Persepsi Harga, Citra Merek, dan Persepsi Kualitas Ferry Herdian, Cokki	497-502
Analisis Faktor yang Memengaruhi Pembelian Impulsif pada <i>E-Commerce</i> di Jakarta selama Pandemi Covid-19 Verna Sanjaya, Sawidji Widoatmodjo	503-508
Faktor-faktor Penentu Keunggulan Daya Saing UMKM Makanan dan Minuman di Jakarta Barat Vinesia Subyanca, Sarwo Edy Handoyo	509-514
Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Makanan Kecil di Jakarta Vanya Dwi Nanda, Keni	515-519
Pengaruh <i>Customer Experience</i> dan <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Financial Performance</i> Bank pada Pengguna <i>Digital Banking</i> di Indonesia Selvi Dharsono, Agus Zainul Arifin	520-524
<i>Effort Expectancy</i> , <i>Facilitating Condition</i> , dan <i>Trust</i> untuk Memprediksi <i>Behavior Intention</i> Penggunaan <i>e-Wallet</i> Clarissa, Keni	525-530
Pengaruh <i>Trust</i> dan <i>Product Information Quality</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i> yang Dimediasi oleh <i>Customer Satisfaction</i> pada Konsumen Pengguna Perangkat Laptop ASUS di Indonesia William Martin, Yenita	531-535
Pengaruh <i>e-Service Quality</i> , <i>Perceived e-Word of Mouth</i> , dan <i>e-Satisfaction</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> Produk Kecantikan di <i>Website Beauty e-Commerce</i> Paulina Kristiani, Keni	536-541
Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Struktur Aset, dan Likuiditas terhadap Struktur Modal pada Perusahaan Sektor Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Rachell Andika Putri, Indra Widjaja	542-547

Pengaruh <i>Customer Experience</i> dan <i>Customer Loyalty</i> terhadap <i>Financial Performance</i> pada Layanan <i>Digital Bank</i> dari <i>Perspective Customer</i> Della Aprilia, Agus Zainul Arifin	548-553
Faktor-faktor yang Memengaruhi <i>Purchase Intention Luxury Brand</i> melalui Dampak Rasional dan Emosional Patricia Sarlin Gozali, Hetty Karunia Tunjungsari	554-558
Analisis Determinan Profitabilitas Perusahaan Perbankan di Bursa Efek Indonesia Mutia Azizah Putri, Yoko Tristiarto	559-564
Extending The Theory of Reasoned Action (TRA) Model to Predict Consumers' Intention to Purchase Green Cosmetics Nicholas Wilson, Edelyn	565-570
Pengaruh Mediasi <i>Positive Emotion</i> pada <i>Sales Promotion</i> dan <i>Shopping Lifestyle</i> terhadap <i>Impulse Buying</i> Gen Z Pengguna Shopee di Kota Surabaya Christina Sudyasjayanti, Vivian Lie	571-576