

DAFTAR ISI

PENGARUH <i>PRIVACY, SOCIAL INFLUENCE</i> TERHADAP <i>ONLINE PURCHASE INTENTION: TRUST</i> SEBAGAI VARIABEL MEDIASI Veronica Veronica, Rodhiah Rodhiah	235-246
PENGARUH PEMBIAYAAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN MANUFAKTUR Herni Kurniawati, Fanny Andriani Setiawan	247-260
STRATEGI PENYEMPURNAAN IMPLEMENTASI <i>SHARED SERVICE MULTI TOWER</i> PADA <i>SUBHOLDING COMMERCIAL & TRADING</i> PERTAMINA Fadly Suterisno, Ningky Sasanti Munir	261-274
FINANCIAL HEALTH AND FIRM PERFORMANCE: EVIDENCE FROM INDONESIA'S LISTED STATE-OWNED ENTERPRISES Reynaldi Hermansjah, Sugiarto Sugiarto, Gracia Shinta S. Ugut, Edison Hulu	275-284
<i>BUSINESS MODEL CANVAS</i> SEBAGAI ALAT BANTU DALAM MENENTUKAN STRATEGI BISNIS JASA PENYEWAAN MAINAN Wiwik Widiyanti	285-296
THE INFLUENCE OF COUNTRY OF ORIGIN TOWARDS BRAND EQUITY DIMENSIONS AND PURCHASE INTENTION OF CHINESE SMARTPHONE BRAND Edy Kalme Haganta Sinulingga, Jean Richard Jokhu	297-306
PERANAN <i>BENEFITS, TRUST</i> SERTA <i>EASE OF USE</i> TERHADAP <i>USAGE INTENTION</i> PADA SEKTOR <i>E-PAYMENT</i> DI JABODETABEK Lilis Susilawaty, Nicholas Wilson	307-320
PENGARUH <i>INFORMATION QUALITY</i> DAN <i>SERVICE QUALITY</i> TERHADAP <i>PERCEIVED VALUE</i> DAN KONSEKUENSINYA TERHADAP <i>CUSTOMER ENGAGEMENT BEHAVIOR INTENTION</i> (STUDI PADA <i>SOCIAL COMMERCE INSTAGRAM</i>) Ivonne Maria, Valentino Wijaya, Keni Keni	321-334
KOINTEGRASI BURSA EFEK INDONESIA DENGAN BURSA EFEK AMERIKA SERIKAT, JEPANG, HONGKONG, DAN MALAYSIA Ignatius Roni Setyawan, Rorlen Rorlen, Margarita Ekadjaja	335-347
PREDICTORS OF HALODOC'S USER SATISFACTION Chrisanty Victoria Layman	348-361
DILEMATIS ANTARA PEMASARAN TRADISIONAL DENGAN PEMASARAN DIGITAL TERKAIT PERUBAHAN PERILAKU KONSUMEN: STUDI PADA MASA PANDEMI COVID-19 Clarence Clarence, Yulianti Yulianti, Christian Halim, Puspa Ratna Sari, Keni Keni	362-372
DIVERSIFIKASI INTERNASIONAL DAN KINERJA PERUSAHAAN	373-383

MANUFAKTUR DI INDONESIA DENGAN EFISIENSI SEBAGAI
VARIABEL MODERASI

Riska Agustin, Rahmat Setiawan

LOCAL FOOD ENJOYMENT AND CUSTOMER DELIGHT: KEYS TO REVISIT INTENTION 384-394

Risma Jayanti Paramita, Chairy Chairy, Jhanghiz Syahrivar

PENGUJIAN FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *PURCHASE INTENTION* SECONDATE 395-404

Canny Canny, Hetty Karunia Tunjungsari

ANALYSIS OF SMES CREDIT RESTRUCTURING POLICY IN ECONOMIC RECOVERY DURING THE COVID-19 PANDEMIC 405-416

Lussi Agustin, Moh. Yusron Solikin, Zunairoh

PENGARUH FAKTOR-FAKTOR PROFESIONAL, PERSONAL, LINGKUNGAN, TEKNOLOGI INFORMASI DAN KEPUASAN TERHADAP PRESTASI MAHASISWA MELALUI PENGGUNAAN E-LEARNING BERKELANJUTAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI 417-432

Metodius Manek, Justine Tanuwijaya

MODEL PENGELOLAAN BISNIS OBYEK WISATA HIDDEN CANYON DI BALI BERBASIS KEARIFAN LOKAL TRI HITA KARANA DAN *SUSTAINABILITY* 433-446

Komang Aris Raharja, Luh Putu Mahyuni

PENGARUH KUALITAS KEHIDUPAN KERJA TERHADAP MINAT BERTAHAN KARYAWAN DENGAN KOMITMEN ORGANISASI SEBAGAI VARIABEL MEDIASI 447-456

Andreas Trimurni, Mei Ie, Henny

LOCAL FOOD ENTREPRENEURSHIP: SEBAGAI MODEL PENGEMBANGAN KEWIRAUSAHAAN BERKELANJUTAN 457-468

Kartika Nuringsih, Edalmen

PENGUJIAN FAKTOR-FAKTOR YANG MEMBENTUK NIAT PEMBELIAN KONSUMEN SALADSTOP 469-483

Cynthia, Hetty Karunia Tunjungsari