

DAFTAR ISI

SHIFTING STRATEGI PEMASARAN PRODUK SONGKET UMKM BALI AKIBAT PANDEMI Ni Putu Lissa Angga Christina, Luh Putu Mahyuni	250-259
ANALISA VALUASI PERUSAHAAN PERDAGANGAN ELEKTRONIK (E-COMMERCE) PT BUKALAPAK.COM TBK. Ade Irawan, Herlin Tundjung Setijaningsih	260-273
PENGARUH CELEBRITY ENDORSEMENT TERHADAP PURCHASE INTENTION, MEDIASI BRAND TRUST DAN BRAND ATTITUDE PADA PRODUK SKINCARE Valentino Wijaya, Keni Keni	274-287
CREATIVE MANAGEMENT STRATEGY IN CREATIVEPRENEURSHIP Eddy Supriyatna Marizar, Indra Widjaja, Maitri Widya Mutiara	288-298
EKUITAS MEREK HOTEL BERBINTANG DI JAKARTA: PERAN KESADARAN MEREK, ASOSIASI MEREK, PERSEPSI KUALITAS DAN LOYALITAS MEREK Vincy Litto, Frangky Selamat	299-308
VIRAL MARKETING DI MEDIA SOSIAL SEBAGAI GAYA BARU KOMUNIKASI PEMASARAN Wulan Purnama Sari, Sinta Paramita	309-319
PERAN MODEL PANUTAN TERHADAP INTENSI BERWIRAUSAHA MAHASISWA MELALUI PENERAPAN TEORI PERILAKU TERENCANA Lydiawati Soelaiman, Ida Puspitowati, Frangky Selamat	320-329
PERAN PASSION WIRAUSAHA, PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN DAN LINGKUNGAN KELUARGA DALAM MENUMBUHKAN INTENSI KEWIRAUSAHAAN Gabriel Livandy, Kartika Nuringsih	330-339
PENGARUH PRODUCT QUALITY, ATTITUDE OF CUSTOMERS DAN PERCEIVED BEHAVIORAL CONTROL TERHADAP PURCHASE INTENTION PADA UMKM PRODUK KUE Calvin Johari, Keni Keni	340-351
FAKTOR-FAKTOR PEMBENTUK PURCHASE INTENTION PRODUK OTOMOTIF "X" Christofen Michael Darren, Hetty Karunia Tunjungsari	352-361
ANTESEDEN WILLINGNESS TO BUY: STUDI EMPIRIS PADA KONSUMEN PRODUK PRIVATE LABEL SUPERINDO DI BEKASI Gauwtama, Kevin, Vita Briliana	362-371

PENGEMBANGAN MOTIF BATIK UNTUK MENINGKATKAN AWARENESS WISATAWAN PADA TANJUNG LESUNG Chairy Chairy, Hetty Karunia Tunjungsari, Franky Selamat, Septihani Michella Wijaya, Velen Velen	372-379
CUSTOMER BRAND ENGAGEMENT DAN BRAND EXPERIENCE UNTUK MEMPREDIKSI BRAND LOYALTY SKINCARE LOKAL: VARIABEL BRAND TRUST SEBAGAI VARIABEL MEDIASI Vellisa Yolanda, Keni Keni	380-393
PARADOKS INFLUENCER, PENGARUHNYA TERHADAP NIATAN MEMBELI MS GLOW FOR MEN Klemens Prasastyo, Vieri	394-406
PERANAN E-WOM DALAM MEMEDIASI PENGARUH PERCEIVED VALUE DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP NIAT BELI KONSUMEN TIKTOK DI DKI JAKARTA Hery Winoto Tj, Soegeng Wahyoedi, Shelvvy Susana	407-422
PENGARUH EFIKASI DIRI DAN PERILAKU KEWARGAAN ORGANISASIONAL TERHADAP STRES KERJA DENGAN WELL-BEING SEBAGAI VARIABEL MEDIASI Mei Ie, Henny Henny	423-431
PENGARUH KEPEMIMPINAN TRANSFORMASIONAL DAN EFIKASI DIRI TERHADAP KEINOVATIFAN GURU DI PROVINSI BANTEN Eko Pramono Eko, Didik Notosudjono, Martinus Tukiran	432-444
INTEGRATING TRA AND TAM THEORY TO EXPLAIN CONSUMERS' WILLINGNESS TO USE CREDIT CARD IN INDONESIA Nicholas Wilson, Sentot Basuki Prayitno	445-460
PENGARUH INOVASI DAN KEPROAKTIFAN DALAM MENDORONG KINERJA USAHA SECARA BERKELANJUTAN Jonathan, Kartika Nuringsih	461-472
COVID-19 & CASH HOLDING DI INDONESIA – DENGAN EFEK MODERASI DARI GOODWILL IMPAIRMENT Elsa Imelda, Ellen Anggraini, Emillia S	473-483