

DAFTAR ISI

MANAJEMEN LABA PADA PERUSAHAAN SEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN Devica Pratiwi, Shelyna Livianti, Fendy Sunjaya, Wendy Salim Saputra, Gladhistani Renata	255-263
DOES VALUE ADDED TAX INCENTIVES MAKE A DIFFERENCE TO THE BANKING'S FINANCIAL PERFORMANCE? AN EVIDENCE FROM INDONESIA'S BANKING INDUSTRY Edwin Arius, Oktafalia M Muzammil, Vincent Orinsky, Ellisia Dwitama, Sukian Sukian	264-273
PENGARUH KREDIBILITAS INFLUENCER TERHADAP INTENSI PEMBELIAN PRODUK FASHION MELALUI KEPERCAYAAN MEREK PADA PENGGUNA INSTAGRAM DI JAKARTA Felly Octaviani, Frangky Selamat	274-285
PERAN E-COMMERCE, MEDIA SOSIAL DAN DIGITAL TRANSFORMATION UNTUK PENINGKATAN KINERJA BISNIS UMKM Elsya Ananda Sahrul, Kartika Nuringsih	286-299
RISIKO KREDIT DAN KUALITAS LABA SEBAGAI FAKTOR PENENTU KINERJA KEUANGAN SEKTOR PERBANKAN DI BEI Ida Ida, M. Sienly Veronica	300-310
EARNINGS MANAGEMENT AND PROBABILITY OF DEFAULT ANALYSIS OF NON-FINANCIAL COMPANIES IN INDONESIA DURING THE COVID-19 PANDEMIC Sherly Sherly, Arief Wibisono Lubis	311-326
PERAN CORPORATE IMAGE DAN TRUST DALAM MEMEDIASI PENGARUH SOCIAL MEDIA INFLUENCER TERHADAP BEHAVIOURAL INTENTION E-PAYMENT Ryan, Keni Keni	327-340
PENGARUH KEPEMIMPINAN TRANSFORMASIONAL TERHADAP KEINOVATIFAN GURU DI KABUPATEN BOGOR MELALUI ORGANIZATIONAL CITIZENSHIP BEHAVIOR (OCB) SEBAGAI MEDIASI Eko Pramono Eko, Didik Notosudjono, Martinus Tukiran	341-356
PENGARUH TACIT KNOWLEDGE DAN TECHNOLOGICAL CAPABILITY DENGAN MEDIASI INNOVATION BEHAVIOR TERHADAP KINERJA KARYAWAN PERGURUAN TINGGI Jufendri, Kussudyarsana Kussudyarsana, Jati Waskito	357-373

ANTESEDEN CONSUMER ENGAGEMENT: STUDI KASUS INSTAGRAM FOLLOWERS PADA PENGGUNA KOSMETIK WARDAH DI JAKARTA Meilisa Meilisa, Vita Briliana	374-388
PENGARUH HERDING BEHAVIOR, LOSS AVERSION, DAN FINANCIAL LITERACY TERHADAP INVESTMENT DECISION Victor Hofa Limarus, Ary Pamungkas	389-401
MEMBANGUN LOYALITAS PADA KEDAI TEH: PERAN BRAND EXPERIENCE PADA BRAND LOVE Yolanda Octavia, Miharni Tjokrosaputro	402-412
WORKPLACE WELL-BEING UNTUK MENINGKATKAN WORK ENGAGEMENT KARYAWAN Zamralita Zamralita, Anastasia Putri Leleng Wilis	413-422
PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING ACTIVITIES TERHADAP BRAND EQUITY ITDRI DI TELKOM GROUP Sherica Rafa Almira, Hanny Hafiar, FX. Ari Agung Prastowo	423-438
DO COMPANY PRODUCTIVITY, PRICE-EARNINGS RATIO, AND EFFECTIVE TAX RATE AFFECT FIRM VALUE? William Marvin, Silvy Christina	439-448
PREDICTING THE RELATIONSHIP BETWEEN ANTECEDENTS AND POSTCEDENT OF TRAVEL DESIRE: AN EMPIRICAL STUDY OF THE INDONESIAN CONTEXT Sabrina Oktaria Sihombing, Keni Keni	449-462
PENCIPTAAN BRAND AWARENESS MELALUI STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PADA IKLAN VIDEOTRONIC 3D MOBIL WULING Sisca Aulia	463-472
FAKTOR PENENTU KINERJA INOVASI PEMIMPIN MAL DI JAKARTA: PERAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN KEPEMIMPINAN KEWIRAUSAHAAN Sia Lily Bramaputri; Eddy Supriyatna Marizar	473-486
DO MACROECONOMIC FACTORS AFFECT THE IDX COMPOSITE PRICE INDEX IN THE PERIOD 2017-2021? Vera Intanie Dewi, Feby Astrid Kesaulya, Salomon Parlindungan, Muhammad Faruq Abdulhakim	487-499
KAJIAN KEPUASAN WISATAWAN TERHADAP LOYALITAS DESTINASI WISATA PANTAI KUTA BALI DI INDONESIA Alvin, Hetty Karunia Tunjungsari	500-510