

DAFTAR ISI

THE IMPACT OF SERVICE QUALITY AND CORPORATE REPUTATION TOWARD LOYALTY IN THE INDONESIAN HOSPITALITY SECTOR Nicholas Wilson	1-9
HUBUNGAN ANTARA HUTANG DAN KINERJA PERUSAHAAN MANUFAKTUR DI INDONESIA YANG <i>GO PUBLIC</i> TAHUN 2016 – 2018 Silmi Haslinda, Nurul Hikmah Amalia, Farah Margaretha Leon	10-20
IMPLEMENTASI <i>CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY</i> (CSR) DALAM MEWUJUDKAN PARIWISATA BERBASIS MASYARAKAT BERKELANJUTAN Ni Wayan Juniari, Luh Putu Mahyuni	21-28
<i>JOB SATISFACTION AND JOB PERFORMANCE</i> DALAM KONTEKS KOMUNIKASI ORGANISASI Wulan Purnama Sari	29-39
PENERAPAN <i>ASSET PRICING MODEL</i> (CAPM) TERHADAP KEPUTUSAN INVESTASI PADA INDEKS LQ45 PERIODE 2017- 2019 I Wayan Sunarya	40-53
<i>THE ROLE OF RELIGIOUSITY MEDIATING ISLAMIC ATTRIBUTES ON</i> <i>TOURIST PREFERENCE AT SHARIA-COMPLIANCE HOTEL</i> Filda Rahmiati, Anita Rizki Fajarsari	54-63
PENGARUH <i>INTELLECTUAL CAPITAL</i> DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN Herni Kurniawati, Rosmita Rasyid, Fanny Andriani Setiawan	64-76
ADAPTASI <i>NEW ENTRANTS</i> MENGGUNAKAN STRATEGI MARKETING DENGAN <i>WORD OF MOUTH</i> TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN Jean Richard Jokhu	77-86
ENCOURAGING BEHAVIORAL INTENTION TO USE MOBILE PAYMENT: AN EXTENSION OF UTAUT2 Hanif Adinugroho Widyanto, Kunthi Afrilinda Kusumawardani, Amreyzal Septyawanda	87-97
PENGARUH EFEKTIVITAS KEPEMIMPINAN DAN KINERJA DOSEN DALAM PENINGKATAN MUTU TERHADAP STRATEGI PEMASARAN PERGURUAN TINGGI DI ERA REVOLUSI INDUSTRI 4.0 Dwi Faqihatus Syarifah Has, Eka Srirahayu Ariestiningsih, Nur Cahyadi	98-105
BUSINESS DEVELOPMENT STRATEGY USING BUSINESS MODEL CANVAS APPROACH Yulia Yulia, Novyandra Ilham Bahtera, Evahelda Evahelda, Laila Hayati, Novyandri Taufik Bahtera	106-115

REDESIGN PROMOTION STRATEGY OF ABC SENIOR LIVING IN WEST JAVA TO IMPROVE SALES OCCUPANCY – A QUALITATIVE RESEARCH Shita Oktaviani Nurhikmah, Sonny Sonny	116-125
FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENERAPAN KONSERVATISME AKUNTANSI PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BEI Andreas Bambang Daryatno, Linda Santioso	126-136
MEDIA KOMUNIKASI PEMASARAN PADA INSTITUSI GEREJA (ANALISIS TERHADAP PERAN INSTAGRAM) Stephen Pratama, Chairy Chairy	137-144
PRODUCT PLACEMENT ON KOREAN DRAMA AS AN EFFECTIVE TOOL FOR BRAND POSITIONING (CASE STUDY: LANEIGE) Dwi Atmi Perwitasari, Eristia Lidia Paramita	145-155
PENGARUH KOMPENSASI DAN RESILIENSI TERHADAP KEPUASAN KERJA KARYAWAN Utomo Kevin Tonnisen, Mei Ie	156-163
PENGARUH VARIABEL MAKROEKONOMI TERHADAP DANA PIHAK KETIGA BANK UMUM SYARIAH DI INDONESIA Muhammad Dzulfaqori Jatnika	164-173
PERAN INNOVATIVENESS SEBAGAI MODERASI PADA KETERKAITAN PENGARUH SOSIAL TERHADAP MINAT PEMBELIAN KOPI STARBUCKS Miharni Tjokrosaputro, Cokki Cokki	174-183
<i>BRAND EXPERIENCE, PERCEIVED VALUE, BRAND TRUST</i> UNTUK MEMPREDIKSI <i>BRAND LOYALTY: BRAND LOVE</i> SEBAGAI VARIABEL MEDIASI Thomas Wilson Putra, Keni	184-193
PERAN KETERLIBATAN HIJABERS DI SOSIAL MEDIA TERHADAP PERILAKU BELANJA <i>ONLINE</i> BUSANA MUSLIM Vita Briliana, Tita Deitiana, Nurwanti Mursito	194-204