

DAFTAR ISI

ANALISA PENGARUH PENERAPAN BUDAYA 5S TERHADAP PRODUKTIVITAS KARYAWAN DI PT SAMSUNG ELECTRONICS INDONESIA, BEKASI Albertus Djaka Yudhanto, Purwanto Purwanto	205-215
KENDALA KEUANGAN DAN SALING KETERGANTUNGAN DALAM KEPUTUSAN KEUANGAN PADA SEKTOR <i>CONSUMER GOODS</i> DI INDONESIA Maya Novethesia, Ricky Sanjaya, Farah Margaretha	216-228
PENGARUH <i>WEBSITE QUALITY</i> , <i>WEBSITE REPUTATION</i> DAN <i>PERCEIVED RISK</i> TERHADAP <i>PURCHASE INTENTION</i> PADA PERUSAHAHAAN E-COMMERCE Harry Jundrio, Keni Keni	229-239
<i>THE ROLE OF TECHNOLOGY SAVVINESS IN MUSLIM ONLINE SHOPPING (MOS)</i> Jhanghiz Syahrivar, Frangky Selamat, Chairy Chairy	240-250
<i>DOES AUDITOR INDEPENDENCE, SKEPTICISM, AND PROFESSIONALISM INFLUENCE AUDIT QUALITY?</i> Putri Puspitarani, Supeni Anggraeni Mapuasari	251-260
MEDIASI <i>TOURIST'S ENGAGEMENT</i> DALAM PENGARUH <i>INTERACTIVE E-REFERRAL</i> PADA <i>INTENTION TO VISIT</i> DAN <i>E REFERRAL SHARING BEHAVIOR</i> FESTIVAL CAP GO MEH SINGKAWANG Supriwanto Supriwanto, Hetty Karunia Tunjungsari	261-273
EFISIENSI TEKNIS BANK DI INDONESIA: KELOMPOK BUKU I-IV Romauli Nainggolan	274-284
DEVELOPING AN INNOVATION MANAGEMENT TEACHING MODEL Tai-Ho Yang, Chin-Chiuan Lin	285-292
DETERMINED CONSUMERS ONLINE PURCHASE INTENTION FACTORS BY CONSIDERING RISK AND E-TRUST Aulia Fashanah Hadining, Salmah Ayu Haryanti, Tazkia Rasyid Munajat	293-300
PENGARUH <i>EVENT IMAGE</i> , <i>DESTINATION IMAGE</i> , <i>PAST EXPERIENCE</i> DAN <i>PARTICIPANT SATISFACTION</i> TERHADAP <i>REVISIT INTENTION</i> PADA MARATHON EVENT DI INDONESIA Mochammad Reyzan Imanda, Dudi Anandya	301-309
MANFAAT DAN KEMUDAHAN YANG DIRASAKAN TERHADAP NIAT MENGGUNAKAN GO PAY PADA GENERASI Y DI SURABAYA Christina Sudyasjayanti, Sabila Salsabil	310-319

- PENGARUH *GREEN BRAND POSITIONING* DAN *GREEN BRAND KNOWLEDGE* TERHADAP *GREEN PURCHASE INTENTION* MELALUI SIKAP PADA *GREEN BRAND* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI 320-329
Linda Wahyuningtias, Yessy Artanti
- KETERHUBUNGAN ANTARA KEMAMPUAN, KEBAJIKAN (*BENEVOLENCE*), DAN INTEGRITAS PERUSAHAAN TERHADAP KEPERCAYAAN DAN PARTISIPASI PELANGGAN: STUDI EMPIRIS PADA TOKOPEDIA 330-342
Lidya Gunarso, Jeremy Andriano, Sabrina Oktaria Sihombing
- IMPLEMENTASI SUSTAINABILITY SEBAGAI ALAT PEMASARAN PADA ERA PANDEMI COVID-19 343-354
Six Finish Wella, Chairy Chairy
- THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, HALAL LABEL, AND HALAL AWARENESS ON CUSTOMERS PURCHASING DECISION OF HALAL COSMETIC 355-365
Genoveva Genoveva, Nadira Noor Utami
- THE INFLUENCE OF PERSONALITY TRAITS AND EMPLOYEE DEVELOPMENT ON THE JOB PERFORMANCE OF ENGINEERS IN MALAYSIA 366-373
Tony Leong Weng Beng, Rajendran Muthuveloo
- PENGARUH KEPEMILIKAN MANAJERIAL DAN KEPEMILIKAN INSTITUSIONAL TERHADAP *FUTURE EARNINGS RESPONSE COEFFICIENT* DENGAN KESEMPATAN PERTUMBUHAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI 374-383
Henny Henny, Thio Lie Sha
- ACTIVITY BASED COSTING* (ABC) PADA INSTITUSI PENDIDIKAN TINGGI (STUDI PADA PTS DI SULAWESI TENGAH) 384-395
Kisman Lantang, Gusstiawan Raimanu
- ANALISIS FAKTOR YANG MEMENGARUHI KEPUTUSAN INVESTASI (STUDI PADA MAHASISWI DI SURABAYA) 396-405
Ifanda Ogix Fridana, Nadia Asandimitra
- FINANCIAL LITERACY, MONEY ATTITUDE, DAN FINANCIAL MANAGEMENT BEHAVIOR GENERASI MILENIAL 406-413
Ida, Sri Zaniarti, Graciela Ervina Wijaya