

DAFTAR ISI

MODAL AWAL DAN PENGALAMAN USAHA MENJADI FAKTOR UTAMA DALAM PERTUMBUHAN BISNIS UMKM Bertha Mellisa, Andi Wijaya	404-412
MEMBANGUN INTENSI MEMBELI <i>TUMBLER</i> : PERAN ULASAN PELANGGAN <i>ONLINE</i> DAN <i>INFLUENCER ENDORSEMENT</i> MELALUI <i>TRUST</i> Kelvin Andika Saputra, Keni	413-426
PERAN <i>ELECTRONIC WORD OF MOUTH</i> , CITRA MEREK, DAN KEPERCAYAAN DALAM MENINGKATKAN NIAT BELI KONSUMEN PRODUK ZARA Juliani Putri, Carunia Mulya Firdausy	427-438
PENGARUH KONTEN BUATAN PENGGUNA, ELEKTRONIK DARI MULUT KE MULUT, DAN PEMASARAN MEDIA SOSIAL TERHADAP CITRA MEREK H&M DI JAKARTA Suwandi Chandra, Cokki	439-446
FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS KONSUMEN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI Dea Novera, Arifin Djakasaputra	447-455
PENGARUH LITERASI KEUANGAN MELALUI MEDIA SOSIAL TERHADAP PENGELOLAAN KEUANGAN GENERASI Z: <i>FINANCIAL SELF-EFFICACY</i> SEBAGAI MEDIATOR Monica Chandra, Sawidji Widoatmodjo, Halim Putera Siswanto	456-464
PENGARUH <i>SERVICE QUALITY</i> , <i>PERCEIVED PRICE FAIRNESS</i> , DAN <i>CUSTOMER SATISFACTION</i> SEBAGAI MEDIASI TERHADAP <i>CUSTOMER LOYALTY</i> GRABFOOD Natalia, Galuh Mira Saktiana	465-475
FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT KEWIRAUSAHAAN MAHASISWA: STUDI KASUS DI UNIVERSITAS TARUMANAGARA Alfayed Sadam Eldira, Oey Hannes Widjaya	476-485
KINERJA BAKESHOP DENGAN INOVASI PRODUK SEBAGAI VARIABEL MEDIASI Dalvin Alfredo, Ida Puspitowati	486-494
PENGARUH INOVASI, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP NIAT BELI KONSUMEN LACHEL DI SHOPEE Dicky Susanto, Sarwo Edy Handoyo	495-503

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI NIAT BERWIRAUSAHA KULINER PADA MAHASISWA Richard Felix, Nur Hidayah	504-511
ANALISIS PENGARUH KARAKTERISTIK, KOMPETENSI, DAN INOVASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KEBERHASILAN UMK SEKTOR PAKAIAN DI JAKARTA Ivan Pratama Yusuf, Kartika Nuringsih	512-522
FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI <i>PURCHASE INTENTION</i> PRODUK FACETOLOGY PADA GEN Z DI TIKTOK Ely Irmawati, Sanny Ekawati	523-532
PENGARUH <i>CELEBRITY ENDORSEMENT</i> DAN <i>BRAND IMAGE</i> TERHADAP <i>PURCHASE INTENTION</i> DENGAN <i>BRAND TRUST</i> SEBAGAI VARIABEL MEDIASI Rifaldo Hardion, Galuh Mira Saktiana	533-544
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI, DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN Feby Mega Natalia, Sanny Ekawati	545-554
PENGARUH DUTA MEREK, PERSEPSI KUALITAS, DAN E-WOM: NIAT BELI INNISFREE BERDASARKAN <i>GENDER</i> Panca Sampurna, Cokki	555-566
PENGARUH PENGALAMAN DAN KEPUASAN MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK PADA PENGGUNA PONSEL PINTAR DI JAKARTA: KEPERCAYAAN DAN KECINTAAN MEREK SEBAGAI VARIABEL MEDIASI Chris Clarence, Frangky Selamat	567-579
FAKTOR PENENTU KEPUASAN KERJA KARYAWAN MELALUI KOMITMEN ORGANISASI PADA PERUSAHAAN JASA Irsyad Sabil, Yanuar	580-592
RESILIENSI USAHA DAN ADAPTASI PASAR SEBAGAI FAKTOR PENENTU KEBERLANGSUNGAN UMKM <i>FASHION</i> DI JAKARTA BARAT DENGAN DUKUNGAN PEMERINTAH SEBAGAI VARIABEL MODERASI Angelina Juliet Kurnia, Mei Ie	593-601
ANALISIS DETERMINAN <i>SAVING BEHAVIOR</i> PADA NASABAH BANK DI JAKARTA Anne Emily Soetanto, Ary Satria Pamungkas	602-612

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI KEPUASAN KERJA PADA KARYAWAN GENERASI Z DI JAKARTA Olivia Priscilla Suharly, Kurniati W. Andani	613-620
KEUANGAN DALAM PERANTAUAN: FAKTOR PENENTU PERILAKU PENGELOLAAN KEUANGAN MAHASISWA RANTAU Lee Selly, Nuryasman MN	621-630
NIAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA DI JAKARTA BARAT Beatrice Piterson, Ronnie Resdianto Masman	631-638
PENGARUH <i>E-SERVICE QUALITY</i> DAN <i>PERCEIVED VALUE</i> TERHADAP <i>LOYALTY</i> DENGAN <i>SATISFACTION</i> SEBAGAI MEDIASI TERHADAP PELANGGAN SHOPEEFOOD JAKARTA BARAT Alfito, Rodhiah	639-649
FAKTOR PENENTU INTENSI BERWIRAUSAHA MAHASISWA DI JAKARTA BARAT MELALUI EFIKASI DIRI Novia, Lydiawati Soelaiman, Joyce Angelique Turangan	650-659
DETERMINAN KECEMASAN KEUANGAN PADA PEKERJA MUDA DI JAKARTA Janechristy Stevie, Ignatius Roni Setyawan	660-669
ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN ORIENTASI PEMBELAJARAN TERHADAP KINERJA INOVASI DIMEDIASI PEMBELAJARAN ORGANISASI Michaela Yaputri, Louis Utama	670-680
MEDIASI <i>BRAND TRUST</i> DALAM PENGARUH <i>LIVE STREAMING</i> DAN E-WOM TERHADAP <i>IMPULSE BUYING</i> Madeline Sidharta, Herlina Budiono	681-689
PENGARUH KREDIBILITAS <i>INFLUENCER</i> DAN E-WOM TERHADAP NIAT BELI MELALUI CITRA MEREK PRODUK SOMETHINC Steven Delon Herjana, Yenny Lego	690-700
FAKTOR-FAKTOR DETERMINAN NILAI PERUSAHAAN SUB-SEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN: PROFITABILITAS SEBAGAI MEDIATOR Jansen Zanetti Kifli, Indra Widjaja	701-711
PENGARUH <i>LEVERAGE</i> , <i>PROFITABILITY</i> , DAN <i>CAPITAL INTENSITY</i> TERHADAP <i>TAX AVOIDANCE</i> PADA PERUSAHAAN <i>RETAIL</i> DI BEI Marcelino, Herman Ruslim	712-719

PENGARUH STRUKTUR MODAL, <i>GREEN FINANCE</i> , DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN MANUFAKTUR Tommy Mahaputra Samsapmukti, Agus Zainul Arifin	720-728
PENGARUH PERILAKU KEUANGAN, PENGALAMAN INVESTASI, DAN TOLERANSI RISIKO TERHADAP <i>FINANCIAL ALLOCATION</i> GEN Z PADA OBLIGASI Kennale Justin Wang, I Gede Adiputra	729-735
PEMASARAN MEDIA SOSIAL DAN PERSEPSI KUALITAS SEBAGAI PENENTU NIAT BELI <i>CLOUD KITCHEN</i> Nicholas Triputra, M. Tony Nawawi	736-747
PENGARUH BIAS PERILAKU TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN INVESTASI GENERASI Z DI JAKARTA Janice Callista, Halim Putera Siswanto	748-757
FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI LOYALITAS PELANGGAN BLU BY BCA DI JAKARTA Alexanders Valentino, Richard Andrew	758-766
PERAN <i>BRAND TRUST</i> SEBAGAI MEDIATOR DALAM PENGARUH <i>BRAND IMAGE</i> DAN <i>PERCEIVED VALUE</i> TERHADAP <i>PURCHASE INTENTION</i> PADA KONSUMEN PRODUK <i>GOLF CLUB</i> Yulike Prawinda, Keni	767-780
PENGARUH LINGKUNGAN KERJA TERHADAP KEPUASAN KERJA MELALUI KELELAHAN KERJA SEBAGAI MEDIATOR Steven Salim, Yusi Yusianto	781-789
<i>CUSTOMER SATISFACTION</i> SEBAGAI MEDIATOR <i>CUSTOMER LOYALTY</i> DARI <i>SERVICE QUALITY</i> , CRM, DAN <i>BRAND IMAGE</i> Gabriella Angelin Widjaya, Tommy Setiawan Ruslim	790-798
PENGARUH <i>FINANCIAL LITERACY</i> DAN <i>FINANCIAL ATTITUDE</i> TERHADAP <i>SAVING BEHAVIOR</i> DENGAN <i>SELF CONTROL</i> SEBAGAI VARIABEL MODERASI Kelvin Asjarie, Hendra Wiyanto	799-808