

ISSN: 2407-0548



# PROSIDING

SEMINAR NASIONAL, WORKSHOP, CALL FOR PAPERS, & PKM

## FORUM MANAJEMEN INDONESIA 14

Resolusi Manajemen Investasi  
Berintegritas Pada Era Digital



HYBRID SESSION (ONLINE & OFFLINE) | The Patra Bali Resort & Villas | BALI, 25 s/d27 OKTOBER 2022

HOST



UNIVERSITAS  
DHYANA PURA  
BALI

FMI FORUM  
MANAJEMEN  
INDONESIA  
KORWIL BALI

# PROSIDING

## **FORUM MANAJEMEN INDONESIA 14** SEMINAR NASIONAL, CALL for PAPERS & PENGABDIAN kepada MASYARAKAT (PkM)

*Resolusi Manajemen Investasi Berintegritas Pada Era Digital*

**The Patra Bali Resort & Villas, Indonesia I 25-27 Oktober 2022**

### **Host**

Fakultas Ekonomika, Bisnis dan Humaniora, Universitas Dhyana Pura  
Forum Manajemen Indonesia, Korwil Bali

### **Editor**

Dr. Yeyen Komalasari, SE., MM  
Dr. Christimulia P. Trimurti, SE., SH., M.M.





## PROSIDING NASIONAL

### FORUM MANAJEMEN INDONESIA 14

SEMINAR NASIONAL, CALL for PAPERS & PENGABDIAN kepada MASYARAKAT (PkM)  
The Patra Bali Resort & Villas, Bali, Indonesia | 25-26 Oktober 2022

#### Tema:

*Resolusi Manajemen Investasi Berintegritas Pada Era Digital*

#### Penanggung Jawab:

Dr. I Gusti Bagus Rai Utama, SE., M.MA., MA.

#### Panitia Pelaksana:

Ketua : Dr. Gusti Ngurah Joko Adinegara, SE., MA

Bendahara : Ni Luh Putu Suarmi Sri Patni, SE., MM

Sekretaris : Ni Putu Dyah Krismawintari, SE., MM

#### Editor:

Dr. Yeyen Komalasari, SE., MM

Universitas Dhyana Pura

Dr. Christimulia P. Trimurti, SE., SH., M.M.

Universitas Dhyana Pura

#### Layout:

Mediliny Septyanti Kaha, SS

I WK Teja Sukmana, S.E., M.M

Ni Putu Sri Adnyawati, SE

Ni Kadek Theresa Putri, SE

Caecilia Tri Harjanti, SE

#### Sampul:

I Made Suryadharmanta, SE

#### Penerbit:

Fakultas Ekonomika, Bisnis, dan Humaniora

Universitas Dhyana Pura

Alamat : Jl. Raya Padangluwih, Tegaljaya, Dalung, Kuta Utara, Badung, Bali 80361

e-mail : fmibali14@undhirabali.ac.id;

Website : www.fmi.or.id

© FMI Korwil Bali dan FEBH Universitas Dhyana Pura (2022)

ISSN : 2407-0548

## KATA PENGANTAR

### REKTOR UNIVERSITAS DHYANA PURA



*Om Swastiastu,  
Assalamu'alaikum Waroh-matullahi Wabarokatuh,  
Namo Buddhaya,  
Salam Kebajikan  
Salam Sejahtera Bagi Kita Semua,  
Shalom,*

*Salam Teladan dan Unggulan,*

Puji dan syukur ke hadirat Tuhan yang Maha Pengasih dan Penyayang, atas limpahan berkat dan rahmat Nya kepada kita semua sehingga pada hari ini kita dapat hadir di tempat yang penuh kebahagiaan ini dalam keadaan sehat dan sejahtera untuk mengikuti acara Workshop dan Seminar Nasional FMI ke 14 tahun 2022.

Pada kesempatan ini saya mengucapkan terima kasih kepada para peserta seminar, baik yang datang secara langsung ke tempat acara (luring), maupun melalui media (daring). Kami sebagai Host sungguh sangat bersukacita karena telah dipercayakan untuk menangani event yang besar ini.

Kami juga mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang sudah mendukung acara ini, khususnya kepada para pembicara kunci (keynote speaker) yang telah bersedia meluangkan waktu, dan berbagi ilmu pengetahuan, Ketua FMI Pusat, Bapak Dr. Sri Gunawan, DBA, Ketua FMI Korwil Bali, Ibu Prof. Dr. Dra. I Gusti Ayu Ketut Giantari, M.Si yang sudah memberi arahan dan masukan untuk terselenggaranya acara seminar nasional FMI ini.

Demikian juga kepada seluruh program studi dan atau perguruan tinggi yang sudah menjadi cohost dan para presenter yang sudah berpartisipasi dalam acara seminar nasional FMI ini.

Ucapan terima kasih dan apresiasi yang tinggi kami ucapkan kepada selauruh panitia yang sudah bekerja cerdas dan penuh semangat menyiapkan acara ini, sehingga dapat berjalan dengan baik dan lancar.

Akhir kata, saya ucapkan.  
Wassalamu'alaikum Warohma-tullahhi Wabaro-katuh,  
Shalom,  
Namo Buddhaya,  
Salam Kebajikan  
Salam Sejahtera Bagi Kita Semua,  
Om Santih Santih Santih Om

Badung, 25 Oktober 2022

**Dr. I Gusti Bagus Rai Utama, SE., M.M.A., MA.**

*Rektor Universitas Dhyana Pura*

## KETUA UMUM FORUM MANAJEMEN INDONESIA

*Assalamu'alaikum, Wr.Wb*



Seminar Nasional dan Call for Paper FMI 2022 ini merupakan penegasan atas komitmen FMI dalam memfasilitasi pertukaran ide serta kolaborasi antara akademisi dan peneliti manajemen, untuk bekerjasama mendekonstruksi tantangan-tanganan manajemen.

Pada tahun 2022 ini, seminar FMI diselenggarakan di Bali dan bertindak sebagai penyelenggara adalah Koordinator Wilayah FMI Bali, bersama dengan Tim dari FEBH Universitas Dhyana Pura (UNDHIRA) Bali, dan afiliasi Kerjasama Co-Host antar Universitas seluruh Indonesia.

Panitia telah menerima beragam karya ilmiah dari perwakilan universitas-universitas di seluruh Indonesia, untuk dapat dipresentasikan pada sesi Call for Paper, yang terbagi pada beberapa konsentrasi riset manajemen yaitu: Manajemen Pemasaran, Manajemen Keuangan, Manajemen Sumber Daya Manusia, Manajemen Operasional dan Manajemen Umum.

Apresiasi dan terima kasih saya sampaikan kepada Tim Panitia dari FMI Korwil Bali, dan Universitas Dhyana Pura (UNDHIRA) Bali, serta afiliasi kerjasama Co-Host antar Universitas, yang telah mempersiapkan segala sesuatunya dengan baik sehingga aktivitas Seminar Nasional dan Call for Paper FMI 2022 ini bisa terselenggara sukses di Hotel Patra Bali Resort, secara Hybrid dengan Offline dan Online.

Akhir kata, saya ucapkan selamat datang di acara Seminar Nasional dan Call for Paper FMI 2022 di Bali. Harapan saya semoga kekompakan kita dalam mengembangkan keilmuan dan praktik manajemen akan semakin menguat di masa mendatang, sehingga bisa beradaptasi menghadapi beragam gelombang perubahan pasca Pandemi Covid-19.

Salam,

**Sri Gunawan, DBA.**

*Ketua - Pengurus Pusat*

*Forum Manajemen Indonesia*

## KETUA FMI KORWIL BALI

*Om Swastiastu,*



Puji syukur kami panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmatNya kita bisa menyelenggarakan acara Seminar Nasional dan *Call For Paper* 2022 di Bali. Tema yang diangkat pada acara ini “Resolusi Manajemen Investasi Berintegritas Pada Era Digital”. Tema ini sesuai dengan kondisi lingkungan yang terjadi saat ini, dimana pandemi Covid 19 memaksa kita untuk merubah *mindset* tentang perilaku digital khususnya dalam melakukan investasi.

Seminar Nasional dan *Call For Paper* yang diselenggarakan oleh FMI Korwil Bali dengan *host* Fakultas Ekonomika, Bisnis dan Humaniora Universitas Dhyana Pura (UNDHIRA) Bali, didukung oleh *cohost* sebanyak 70 universitas, 1475 peserta, berasal dari 195 universitas, di 80 kota, dan 28 provinsi, dari seluruh Indonesia. Jumlah ini tentu menunjukkan komitmen yang tinggi bagi perguruan tinggi, akademisi dan praktisi di Indonesia untuk berperan aktif dalam acara Seminar Nasional dan *Call For Paper* yang diselenggarakan secara hybrid, baik *offline* maupun *online*.

Pada kesempatan ini izinkan kami mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang sudah mendukung acara ini, khususnya kepada Bp. Dr. Sri Gunawan, DBA selaku Ketua FMI Pusat yang sudah memberi arahan dan masukan untuk kelancaran acara Seminar Nasional dan *Call For Paper* ini. Jajaran pengurus pusat yang turut memberikan arahan dan masukan dalam persiapan kegiatan ini. Demikian juga kepada Fakultas Ekonomika, Bisnis dan Humaniora Universitas Dhyana Pura (UNDHIRA) Bali sebagai *host*, dan seluruh universitas yang sudah menjadi *co-host* serta para nara sumber yang sudah berpartisipasi dalam acara Seminar Nasional dan *Call For Paper* ini. Ucapan terima kasih dan apresiasi yang tinggi kami ucapkan kepada seluruh panitia yang sudah bekerja keras dan bersemangat menyiapkan acara ini, sehingga dapat terlaksana dengan baik.

Demikian sepatah kata dari kami, sebagai akhir kata “*tiada gading yang tak retak*” kami memohon maaf bila dalam persiapan dan penyelenggaraan acara ini masih ada hal-hal yang kurang berkenan. Semoga semua kekurangan dlm persiapan maupun penyelenggaraan kegiatan ini tidak mengurangi makna pertemuan kita.

Semoga Forum Manajemen Indonesia semakin sukses ke depannya.

Om Santih Santih Santih Om

Salam

**Prof. Dr. Dra. I Gusti Ayu Ketut Giantari, M.Si**

*Ketua FMI Korwil Bali*



## SEKILAS FORUM MANAJEMEN INDONESIA

Semakin banyaknya Pendidikan Tinggi baik negeri ataupun swasta yang membuka jurusan Manajemen, mencerminkan betapa masyarakat memberikan respon yang sangat baik terhadap perkembangan bisnis di masa depan. Di sisi yang lain, hal ini merupakan tantangan yang berat bagi kalangan akademisi pada Pendidikan Tinggi supaya bisa lebih membekali dan memperkaya diri dengan ilmu yang lebih baik. Menyikapi fenomena tersebut, Pendidikan Tinggi baik negeri maupun swasta yang tersebar di seluruh Indonesia, berinisiatif secara berkala bertemu dan berdiskusi demi saling menyamakan visi dalam rangka pengembangan ilmu manajemen.

Adapun pernyataan pernyataan yang berhasil dirumuskan antara lain :

1. Bahwa penyelenggaraan pendidikan bidang ilmu manajemen pada Pendidikan Tinggi harus berpegang teguh pada penyelenggaraan pendidikan yang bermartabat, terhormat, serta sesuai dengan etika dan norma-norma akademik yang berlaku.
2. Bahwa penyelenggaraan pendidikan ilmu manajemen yang ada di Pendidikan Tinggi harus mampu menciptakan lulusan yang excellent serta memiliki integritas akademik yang tinggi, berwawasan luas, dan yang terpenting sesuai dengan yang dibutuhkan oleh dunia bisnis.
3. Bahwa demi terwujudnya hal tersebut di atas, maka dibutuhkan komitmen yang tinggi berupa batas minimal mutu penyelenggaraan pendidikan ilmu manajemen pada Pendidikan Tinggi dapat terpenuhi.
4. Bahwa diperlukan sebuah Forum agar kegiatan pembinaan para akademisi bidang ilmu manajemen dapat lebih terkoordinasi.
5. Bahwa Forum tersebut dipergunakan guna mewadahi Penyelenggara Program Studi Manajemen, akademisi, dan non akademisi untuk sharing mengenai isu yang berkembang dan dipergunakan untuk mengembangkan ilmu manajemen demi meningkatkan mutu penyelenggaraan Pendidikan Tinggi.

Demi mewujudkan semua harapan yang tertuang dalam pernyataan-pernyataan di atas, maka dideklarasikan pendirian Asosiasi Forum Manajemen Indonesia (FMI) pada 10 November 2008 di Surabaya.

— Akta Pendirian, Notaris Widio Raharjo, SH, Notaris di Surabaya, 10 Nopember 2010. SK Menteri Hukum dan HAM RI, Nomor AHU-0000043.AH.01.07, Tahun 2015, tentang Pengesahan Pendirian Badan Hukum Perkumpulan Forum Manajemen Indonesia,

Berikut aktivitas Seminar Nasional dan International Conference terselenggara rutin sejak 2008:

**FMI Seminar Nasional dan Call for Papers**

Tahun	Penyelenggara	Lokasi Aktivitas
2021	FMI Korwil Sulawesi Selatan	Hotel Claro, Makassar
2020	FMI Pengurus Pusat	Webinar Online
2019	FMI Korwil Kalimantan Timur & Utara	Hotel Bumi Senyuir, Samarinda
2018	FMI Korwil Sulawesi Selatan	Hotel Horison, Palembang
2017	FMI Korwil Jawa Tengah	Hotel Patra, Semarang
2016	Univ. Tadulako/ FMI Korwil Sul-Teng	Hotel Mercure, Palu
2015	FMI Korwil Jakarta	Hotel Discovery, Jakarta
2014	FMI Korwil Sulawesi Utara	Hotel Grand Aston, Medan
2013	FMI Korwil Kalimantan	Hotel Mercure, Pontianak
2012	FMI Korwil Jogjakarta	Hotel Inna Garuda, Jogja
2011	FMI Korwil Jawa Barat	Hotel Savoy Homan, Bandung
2010	FMI Korwil Jawa Timur	Hotel Sheraton, Surabaya
2008	Univ. Airlangga, FEB Dept Manajemen	FEB-Univ. Airlangga, Surabaya

**ICOI-FMI International Conference and Call for Papers**

Year	Location	Host University
2020	Bangkok, Thailand	Krirk University
2019	Ulsan, South Korea	Ulsan University
2018	Fukuoka, Japan	Fukuoka University
2017	Weihai, China	Harbin Institute of Tech.
2016	Beijing, China	Beijing Univ of Chemical Tech
2015	Jogjakarta, Indonesia	Universitas Airlangga
2014	Manila, Philipines	De La Salle University
2013	Hua Hin, Thailand	Suan Sunandha Rajabhat Univ.
2012	Surabaya, Indonesia	Universitas Airlangga



***Information regarding collaboration of FMI Indonesia and IAOI USA***

**THE INTERNATIONAL ASSOCIATION OF ORGANIZATIONAL INNOVATION (IAOI)** was founded in 2005 in USA, as a Non-Profit International Organization devoted to interaction among innovators from all disciplines from around the world. IAOI contributes to a better understanding, practice and acceptance of creativity and innovation internationally. The IAOI achieves this by organizing Annual International Conference of Organizational Innovation (ICOI); building a network of interested persons in the subjects of creativity and innovation; stimulating research and distributing research publications through The International Journal of Organizational Innovation (IJOI). For more information on the International Association of Organizational Innovation, go to: <http://www.iaoiusa.org/iaoi/>

**THE INTERNATIONAL JOURNAL OF ORGANIZATIONAL INNOVATION (IJOI)**, with ISSN 1943-1813, is an international, interdisciplinary, open-access, double – blind, peer – reviewed journal. There are no print versions of this journal; however, the journal pdf file may be downloaded and printed. The Innovation related topics include management & organizational development themes, as well as engineering & IT application within organization. IJOI is listed in the DOAJ (started from July 2018 issue), ProQuest and is internationally distributed by EBSCOhost. For more information: <http://www.ijoi-online.org/>

**THE INTERNATIONAL CONFERENCE ON ORGANIZATIONAL INNOVATION (ICOI)**, joint program with FMI Indonesia, is to serve as a primary channel of knowledge sharing and the promotion of innovation internationally. Academic will be provided with an opportunity to present and discuss their papers in the area of: Marketing Management, Finance Management, Human Resource Management, Strategic Management, Entrepreneurship, Supply Chain Management, and Management Information System. All papers accepted will be Published in Conference Proceeding and will be submitted for further indexing to CPCI (Conference Proceedings Citation Index – Thomson Reuter), and Google Scholar. Award for “Outstanding Paper” will be made, and authors of selected excellent paper will be recommended by The Committee to re-submit extended version of their conference paper, to the editor of IE/Scopus Journal. Here are the locations of ICOI annual conferences:

- |                                     |                                      |
|-------------------------------------|--------------------------------------|
| — ICOI 2020 – Bangkok, Thailand     | — ICOI 2013 – Hua Hin, Thailand      |
| — ICOI 2019 – Ulsan, South Korea    | — ICOI 2012 – Surabaya, Indonesia    |
| — ICOI 2018 – Fukuoka, Japan        | — ICOI 2011 – Kuala Lumpur, Malaysia |
| — ICOI 2017 – Weihai, China         | — ICOI 2010 – Bangkok, Thailand      |
| — ICOI 2016 – Beijing, China        | — ICOI 2009 – Xian, China            |
| — ICOI 2015 – Jogjakarta, Indonesia | — ICOI 2008 – Nanjing, China         |
| — ICOI 2014 – Manila, Philippines   | — ICOI 2007 – Shanghai, China        |

## DAFTAR CO-HOST FMI 14 BALI

No	Universitas - CoHost FMI 2022 Bali	Kota
1a	FEBH Universitas Dhyana Pura	Bali
1b	Dept Manajemen FEB Universitas Airlangga	Surabaya
2	FEB Universitas Udayana	Bali
3	Prodi Manajemen, Univ Mahasaraswati	Bali
4	FEB Universitas Ngurah Rai	Bali
5	FEB Universitas Pelita Bangsa	Bekasi
6	FE Universitas Negeri Yogyakarta	Yogyakarta
7	FE Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa	Yogyakarta
8	STIE Indonesia Banking School	Jakarta
9	Perbanas Institute	Jakarta
10	Prodi Manajemen, Univ Islam Darul Ulum	Lamongan
11	FEB Universitas Kristen Duta Wacana	Yogyakarta
12	Prodi Manajemen, FE Univ Negeri Makasar	Makassar
13	FE Universitas Mahendradatta	Bali
14	FEB Universitas Perjuangan	Tasikmalaya
15	Prodi Manajemen, FBE Universitas Surabaya	Surabaya
16	Prodi Manajemen, FEB Universitas Brawijaya	Malang
17	FE Universitas Garut	Garut
18	FEB Universitas Ibn Khaldun	Bogor
19	FEB Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara	Jepara
20	FEB Universitas Stikubank	Semarang
21	FEB Universitas Kristen Krida Wacana	Jakarta
22	FEB Universitas Warmadewa	Bali
23	FEB Universitas Mulawarman	Samarinda
24	FEB Universitas Palangka Raya	Palangkaraya
25	FEB Universitas Pakuan	Bogor
26	FEB Universitas Potensi Utama	Medan
27	FEB Universitas Diponegoro	Semarang
28	FEB Universitas Kristen Indonesia Paulus	Makassar
29	FEB Universitas Andi Djemma	Palopo
30	STIE Ekuitas	Bandung
31	FEB Universitas Tadulako	Palu
32	FE Universitas Negeri Malang	Malang
33	STIESIA Surabaya	Surabaya
34	FEB Universitas Pertamina	Jakarta
35	FEB Universitas Muslim Indonesia	Makassar
36	Prodi Manajemen, Institut Teknologi Sains Mandala	Jember
37	FE Universitas Methodist Indonesia	Medan
38	FEB Universitas Katolik Soegijapranata	Semarang
39	FE Universitas Pendidikan Ganesha	Singaraja Bali
40	FEB Universitas Islam Indonesia	Yogyakarta
41	Trisakti School of Management	Jakarta

No	Universitas - CoHost FMI 2022 Bali	Kota
42	Prodi Manajemen, Institut Teknologi Sepuluh November	Surabaya
43	Prodi Manajemen, Univ Katolik Darma Cendika	Surabaya
44	FEB Universitas Islam Riau	Pekanbaru
45	FEB Universitas Islam Malang	Malang
46	FE Universitas Negeri Semarang	Semarang
47	FEB Univ Nahdlatul Ulama Surabaya UNUSA	Surabaya
48	FEB Universitas Lambung Mangkurat	Banjarmasin
49	FEB Universitas Islam Sultan Agung	Semarang
50	FE Universitas Pasundan	Bandung
51	FEB Universitas Jember	Jember
52	FEB Universitas Halu Oleo	Kendari
53	FE Universitas Singaperbangsa	Karawang
54	Prodi Manajemen STIE Bank BPD Jawa Tengah	Semarang
55	FEB Universitas Padjadjaran	Bandung
56	FEB Universitas Pendidikan Nasional	Bali
57	FEB Universitas Negeri Gorontalo	Gorontalo
58	FEB Universitas Merdeka Malang	Malang
59	FEB Univ Internasional Semen Indonesia	Gresik
60	FEB Universitas Dharma Andalas	Padang
61	FEB Universitas Klabat	Minahasa Utara
62	FE Universitas Siliwangi	Tasikmalaya
63	FEB Universitas Mercu Buana	Jakarta
64	FEB Universitas Mataram	Mataram
65	Prodi Manajemen STIE Sutaatmadja	Subang
66	FEB Universitas Yapis	Jayapura
67	FEB Universitas Sintuwu Maroso Poso	Poso SulTeng
68	FEB Universitas Muhammadiyah Luwuk Banggai	Luwuk SulTeng
69	FEB Universitas UPN Veteran Jawa Timur	Surabaya
70	Universitas Ahmad Dahlan	Yogyakarta

\* Profil lengkap CoHost dapat diakses di <https://fmi.or.id/>

## DAFTAR REVIEWER

Nama	Bidang Kepakaran	Afiliasi
Dr. I Gusti Bagus Rai Utama, SE., M.MA., MA	Manajemen Pemasaran dan Pariwisata	Universitas Dhyana Pura
Dr. I Wayan Edi Arsawan, SE., MM	Manajemen SDM dan Manajemen Strategik	Politeknik Negeri Bali
Dr. Drs. R Tri Priyono Budi Santoso, MM	Manajemen SDM dan Kewirausahaan	Universitas Dhyana Pura
Dr. Christimulia Purnama Trimurti, SE., M.Si	Manajemen Keuangan	Universitas Dhyana Pura
Dr. Yeyen Komalasari, SE., MM	Manajemen SDM	Universitas Dhyana Pura
Dr. I Made Surya Negara Sudirman, SE., Ak., MM	Manajemen Strategik	Universitas Udayana
Dr. Luh Gede Sri Artini, SE., M.Si	Manajemen Keuangan	Universitas Udayana
Dr. Ica Rika Candraningrat, SE., MM	Manajemen Keuangan	Universitas Udayana
Dr. Ni Wayan Ekawati, SE., MM	Manajemen Pemasaran	Universitas Udayana
Dr. Gusti Ngurah Joko Adinegara, S.E.,M.A.	Manajemen Pemasaran	Universitas Dhyana Pura
Dr. I Wayan Widnyana, SE., MM	Manajemen Keuangan dan Kewirausahaan	Universitas Mahasaraswati
Dr. Anak Agung Dwi Widyani, S.E., M.M.	Manajemen SDM dan Manajemen Strategik	Universitas Mahasaraswati
Dr. I Wayan Ruspendi Junaedi,S.E., M.A., CMA	Kewirausahaan dan Manajemen Operasional	Universitas Dhyana Pura
Dr. Ida Ayu Putu Widani Sugianingrat, SE., MM	Manajemen SDM	Universitas Hindu Indonesia
Dr. Dra. Ni Ketut Karwini, MM	Manajemen Pemasaran	STIMI Handayani

## DAFTAR ISI

<b>MAIN HOST .....</b>	<b>iii</b>
<b>PROSIDING NASIONAL.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>SEKILAS FORUM MANAJEMEN INDONESIA.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR CO-HOST FMI 14 BALI.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR REVIEWER .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>LIST OF ACCEPTED ABSTRACT.....</b>	<b>vii</b>
<b>PARALLEL SESSION .....</b>	<b>xxxiii</b>

## LIST OF ACCEPTED ABSTRACT

### TOPIK 1: MANAJEMEN PEMASARAN

PENGARUH E-SERVICE QUALITY DAN CUSTOMER PERCEIVED VALUE TERHADAP NIAT BERPERILAKU PELANGGAN GOFOOD: PERAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI <i>Desi Tri Kurniawati, Nuraini Desty Nurmasari, Mega Dwi Andriani</i>	1
PENGARUH SERVICE QUALITY TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION PADA JASA GO-JEK DI KOTA PALOPO <i>Nurjannah, Wahyudi, Nasruddin, Rudianto</i>	2
PENGARUH KUALITAS WEBSITE, KEPERCAYAAN DAN PERSEPSI RISIKO MENGGUNAKAN E-COMMERCE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PENGGUNA LAZADA <i>Asnawati, Herning Indriastuti, Vivi Zuleha</i>	3
PERAN KEPERCAYAAN PELANGGAN DALAM MEMEDIASI PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MEMBER MELIA LAUNDRY PALANGKA RAYA <i>Meitiana, Rusdiana, Despriawan</i>	4
PENGARUH BRAND HERITAGE, CORPORATE REPUTATION, DAN CUSTOMER PERCEIVED VALUE TERHADAP BUYING INTENTION (STUDI KASUS PADA BRAND NISSAN DI BANDUNG RAYA) <i>Timothy Joshua, Anny Nurbasari, Agus Aribowo, Tatik Budiningsih</i>	5
MENINGKATKAN KINERJA PEMASARAN UMK KULINER YANG BERMITRA DENGAN E-COMMERCE MELALUI ENTREPRENEURIAL MARKETING <i>Kamalina Din Jannah, Hero Herwindo Sakti Arjunanda</i>	6
E-SERVICE QUALITY, BRAND IMAGE, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN <i>Nursiti, Fakhrah Amir</i>	7
PENGARUH BRAND IMAGE, PRICE DAN TRUST TERHADAP PURCHASE DECISION PADA SITUS BELANJA ONLINE TOKOPEDIA.COM DI DKI JAKARTA <i>Arton Briyan Prasetyo, Sheila Grenvani</i>	8
PENGARUH PERSONAL SELLING, PERCEIVED VALUE, DAN PUBLIC RELATION TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENGGUNAKAN FASILITAS MOBILE BANKING DI BANK SYARIAH INDONESIA KCP JAKARTA PANGLIMA POLIM 1 <i>Yohanes Ferry Cahaya, Anissa Putri Gustira, Annathasia P. Erasashanti</i>	9
DIGITAL MARKETING KOMUNIKASI BERBASIS KEARIFAN LOKAL DI DESA WISATA CIBODAS KABUPATEN BANDUNG BARAT <i>Mutia Tri Satya</i>	10
ANTESEDEN REPURCHASE INTENTION: STUDI EMPIRIS PADA KONSUMEN VITAMIN C SAAT PANDEMI COVIT-19 DI JAKARTA <i>Vita Briliana, Guniadi Fialim</i>	11
PENGARUH CELEBRITY ENDORSEMENT TERHADAP PURCHASE INTENTION DI INSTAGRAM: PUBLISITAS NEGATIF SEBAGAI VARIABEL MODERASI <i>Yanti Agustina, Retno Tanding Suryandari, Erghana Kanza Kirana</i>	12

Analisis Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan PT Semen Baturaja Tbk dengan Citra Merek dan Kepercayaan sebagai Variabel Penjelas <i>Muji Gunarto, Rully Armanto, Alfi Nura</i>	13
FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI CO-CREATION INTENTION PELANGGAN DALAM SOSIAL COMMERCE <i>Fauzia Shabrina, Klemens Wedanaji Prasastyo</i>	14
UNSUR-UNSUR YANG BERPERAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN <i>Gabriel Adinda Vidya Kusuma, Aulia Danibrata</i>	15
PRAKTIK TQM DAN MANAJEMEN PENGETAHUAN DAN EFEKNYA PADA PERSEPSI NILAI PELANGGAN: SEBUAH INTEGRASI MODEL <i>Ni Made Wahyuni, Kadek Goldina Puteri Dewi, I Ketut Darma</i>	16
PENGARUH CELEBRITY ENDOSER DAN BRAND IMAGE TERHADAP MINAT BELI ONLINE KONSUMEN SHOPEE <i>Kristina Verianti Jehaduk, Ety Istriani</i>	17
FAKTOR YANG MEMPENGARUHI WORD-OF-MOUTH INTENTION PADA PELANGGAN RESTORAN SUSHI TEI DI DKI JAKARTA <i>Meilan Toyibah Hermanto, Irma Satya Indriyanti</i>	18
MINAT BELI PRODUK UMKM : PENGARUH DARI KUALITAS PRODUK DAN HARGA <i>Suci Putri Lestari, Kusuma Agdhi Rahwana</i>	19
THE ROLE OF CUSTOMER EXPERIENCE, SALES PROMOTION, AND THE QUALITY OF MIZANSTORE.COM BOOKSTORE WEBSITE IN INFLUENCING REPURCHASE INTENTION <i>Dede Jajang Suyaman, Rahmi Amalia</i>	20
PENGARUH HARGA, KEAMANAN, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO ONLINE TOKOPEDIA DI JABODETABEK <i>Lanang Andhika Perwira Bayuaji, Denny Septa Haryanti</i>	21
THE EFFECT OF CUSTOMER EXPERIENCES ON CUSTOMER LOYALTY THROUGH CUSTOMER SATISFACTION ON VISITORS OF THE LEMBANG FLOATING MARKET TOURISM AREA <i>Maris Agung Triandewo, Alfira Azzahra</i>	22
PENGARUH KEPERCAYAAN TERHADAP KOMITMEN PELANGGAN DENGAN MEDIATOR SWITCHING COST <i>Nidia Irmadela, Albari Albari</i>	23
PENINGKATAN PENJUALAN MELALUI BRAND LOYALTY <i>Fenny Chandra Tanuwijaya, Nuno Sutrisno</i>	24
STRATEGI PETANI BUNGA SEDAP MALAM (POLIANTHES TUBEROSA) DI KABUPATEN BOGOR DALAM MENGHADAPI PASAR DI MASA PANDEMI COVID 19 <b>Hendro Sasongko, Herman</b>	25
LOYALTY IN PANDEMIC <i>Nonik Kusuma Ningrum, Agus Dwi Cahya, Lusia Tria Hatmanti Hutami, Putri Dwi Cahyani</i>	26
ANTESEDEN PROMOSI PADA SINGLES DAY TERHADAP PARTISIPASI MASYARAKAT DALAM FESTIVAL BELANJA ONLINE DI SHOPEE <i>Taufik Hidayat, Aftoni Sutanto, Rensi Novita, Zunan Setiawan, Agus Siswanto</i>	27



MINAT BELI LAYANAN SUBSCRIPTION VIDEO-ON-DEMAND DI KOTA SEMARANG <i>Sania Aurora Sabilla, I Made Bayu Dirgantara</i>	28
LIVE STREAMING SEBAGAI VARIABEL MEDIASI DALAM MELIHAT PENGARUH E-WOM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN <i>Novita Kumala Sari, Mujahid, Abdul Samad A, Naszirah Nurdin, Ilham Safar</i>	29
APLIKASI THEORY PLANNED BEHAVIOUR (TPB) <i>Ibnu Khajar, Nelly Ertika Agistya</i>	30
PERBANDINGAN EFEKTIVITAS IKLAN HEALTHY FOOD DI INSTAGRAM DENGAN PERBEDAAN VISUAL AESTHETICS, DAN PRESENTATION MODALITY <i>Sony Kusumasondjaja</i>	31
PERCEIVED USEFULNESS DALAM MENINGKATKAN CONTINUANCE INTENTION MOBILE PAYMENT: STUDI KASUS PADA PENGGUNA SHOPEEPAY DI INDONESIA <i>R. Hurriyati, S.Sulastri, R.Fiona, Mayasari, Ratu Dintha IZFS</i>	32
MINAT E-WOM WISATA WARISAN BUDAYA: PENGARUH LANGSUNG DAN TIDAK LANGSUNG KUALITAS LAYANAN MELALUI WISATA PENDAMPING (DESTINATION ATTACHMENT) <i>Yohan Wismantoro, MG. Westri Kekalih Susilowati, Heribertus Himawan</i>	33
PENGARUH KUALITAS PRODUK, DISKON HARGA, DAN STORE ATMOSPHERE TERHADAP PEMBELIAN TIDAK TERENCANA PADA SWALAYAN METRO MEDAN <i>Radema Yanti Togatorop, Siti Normi, Maludin Panjaitan</i>	34
FRANCHISE BRAND IMAGE SEBAGAI SOLUSI MENINGKATKAN REPURCHASE INTENTION <i>Noor Kholis, Alifah Ratnawati</i>	35
Experiential Marketing, Kepuasan Konsumen dan Niat Beli Ulang Pada Ritel Moderen <i>Andreas Ari Sukoco</i>	36
PENGARUH MEDIA SOSIAL, BRAND INFUENCER DAN KESADARAN MEREK TERHADAP MINAT BELI DI MARKETPLACE TOKOPEDIA PADA SAAT PASCA PANDEMI COVID-19 <i>Jonathan Herdioko</i>	37
ANALISIS PENGARUH PERSEPSI HARGA, ULASAN ONLINE KONSUMEN DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN APLIKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMESANAN KAMAR HOTEL PADA APLIKASI TRAVELOKA <i>Ranti Herlina Sandi, Lucia Nurbani Kartika</i>	38
PENINGKATAN KINERJA BISNIS DENGAN ENTREPRENEUR ORIENTATION, DYNAMIC CAPABILITY DAN INNOVATION PADA WISATA SUSUR SUNGAI, KERENG BANGKIRAI DI KOTA PALANGKA RAYA, KALIMANTAN TENGAH <i>Vivy Kristinae, Yunikewaty, Tahasak, Suwandy</i>	39
PENINGKATAN REPURCHASE INTENTION MELALUI BRAND AWARENESS, BRAND IMAGE DAN BRAND TRUST PADA TEH BOTOL SOSRO <i>Alifah Ratnawati</i>	40
ANALISIS PENENTU KEPUASAN KONSUMEN KEDAI KOPI TRADISIONAL AMPIRONO-KULON PROGO <i>Doni Partawijaya Turnip, Purwani Retno Andalas</i>	41

PENERAPAN DIGITAL ADVERTISING DI ERA MARKETING 4.0: STUDI KASUS PERUSAHAAN EBLIE STOCK INDONESIA	42
<b>Lalu Ilham Arta Bahari, RR. Siti Muslikhah</b>	
PENERAPAN PELAYANAN PRIMA DAN PENANGANAN KELUHAN PELANGGAN: STUDI PADA BANK MUAMALAT INDONESIA	43
<b>Nugraheny Noor Febrina, Tri Lestari Wahyuning Utami</b>	
ANALISIS PENGARUH KERAGAMAN PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN BELANJA ONLINE PRODUK FASHION	44
<b>Rusniati Rusniati, Ahsanul Haq</b>	
JOGJA ISTIMEWA CITY BRAND EXPERIENCE	45
<b>Henny Welsa, Nonik Kusuma Ningrum, Ambar Lukitaningsih, Kusuma Chandra Kirana</b>	
PENGARUH PROMOSI DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN PADA LOYALITAS PENGGUNA FINTECH (LAYANAN TRANSAKSI ONLINE) KOTA JAYAPURA	46
<b>Moh. Aldrin Akbar, Duta Mustajab</b>	
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK DENGAN KUALITAS SEBAGAI VARIABEL MODERASI	47
<b>Abdul Haris M Zen, Mohammad Aldrin Akbar, Ilham Safar</b>	
FAKTOR-FAKTOR MEMPENGARUHI BEHAVIORAL INTENTION PADA PENGGUNAAN MOBILE PAYMENT DANA DI SURABAYA	48
<b>Reynold, Christina Rahardja, Andhy Setyawan</b>	
PERAN KEUNGGULAN KOMPETITIF MEMEDIASI PENGARUH DAYA TARIK EKOWISATA DAN WISATA SPIRITUAL TERHADAP DAYA SAING PARIWISATA ALTERNATIF DI BALI	49
<b>Ni Luh Ketut Ayu Sudha Sucandrawati</b>	
KUALITAS DAN ATMOSFIR DENGAN KEPUASAN SEBAGAI INTERVENING TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN RUMAH MAKAN DI YOGYAKARTA	50
<b>Sumadi</b>	
OPTIMASILASI SELLING PERFORMANCE SALESMAN ASURANSI SYARIAH MELALUI KAFFAH VALUE CO-CREATION CAPABILITY	51
<b>Bahrain Pasha Irawan, Ken Sudarti, MA.Irfan Rahmana</b>	
DIGITAL MARKETING FOR SMALL MEDIUM ENTERPRISES IN PARTICULAR ULOS AS TRADITIONAL FABRIC	52
<b>Endang Sulistya Rini, Yeni Absah, Beby Karina Fawzee</b>	
ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI TOKO WEBE KABUPATEN SOPPENG	53
<b>Puji Rahmah</b>	
PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP VOLUME PENJUALAN KUE BOLU CUKKE USAHA RAHMAH	54
<b>Asnia Minarti</b>	
PENGARUH HARGA DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA GO- JEK ONLINE DI KOTA MALANG	55
<b>Syaiful Arifin, Nirwana</b>	
MOTIVASI DAN SIKAP WISATAWAN DOMESTIK UNTUK BERWISATA DI ERA NEW NORMAL	56
<b>Ni Ketut Seminari, I Gusti Agung Ketut Sri Ardani</b>	

Pengaruh Daya Tarik, Keahlian, Konten Informatif, dan Konten Interaktif Influencer terhadap Keinginan untuk Meniru dan Niat Beli <b>Ni Made Wulandari Kusumadewi</b>	57
GREEN LOYALTY BRANDING: A SEQUENTIAL APPROACH OF S.O.R THEORY <b>Nonik Kusuma Ningrum, Nurul Myristica Indraswari, Ignatius Soni Kurniawan, Nala Tri Kusuma</b>	58
PENGARUH CITRA MEREK DAN PERCEIVED VALUE TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA KEPUASAN KONSUMEN DI INDOMARET PLUS JEMBER <b>Diah Yulisetiarni, Winge Tara Martadinata, Ariwan Joko Nusbantoro, Bambang Irawan, Agus Priyono</b>	59
PENGARUH CITRA MEREK, WORD OF MOUTH, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA HOTEL BAHALAP, KALIMANTAN TENGAH <b>Ari Gunawan, Daisy Arimetha Dau, Ervina, Nofriandy Imanuel, Achmad Syamsudin, Vivy Kristinae</b>	60
POTENSI WISATA HALAL DI KABUPATEN BANJAR <b>RR. Yulianti Prihatiningrum, Meiske Kristin Lumanauw, Imam Suharto</b>	61
ANALISA DAMPAK E-SERVICE QUALITY DAN CUSTOMER SATISFACTION GENERASI Z TERHADAP REPURCHASE INTENTION PADA SHOPPING DAY PROMOTION <b>Adhika Putra Wicaksono</b>	62
ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS PELANGGAN PADA YAYASAN PENDIDIKAN AN-NAILAH KABUPATEN SOPPENG <b>Masyadi</b>	63
PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KUALITAS MAKANAN TERHADAP NIAT PERILAKU KONSUMEN GUBUG MAKAN MANG ENGKING YOGYAKARTA YANG DIMEDIASI KEPUASAN <b>Sindi Stela Lopita, Murwanto Sigit</b>	64
PENGARUH PERAN KEBAHAGIAAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS MEREK ERIGO <b>Rizky Akbar Nugroho, Asmai Ishak</b>	65
ANALISIS PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING INSTAGRAM SHOPEE TERHADAP BRAND LOYALTY DENGAN CUSTOMER ENGAGEMENT SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA PENGGUNA SHOPEE MAHASISWA AKTIF UNIVERSITAS DIPONEGORO ANGKATAN 2018-2021) <b>Josephine Rachelia Meruvishnu, Budi Sudaryanto</b>	66
MINAT BELI DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN : STUDI PADA PENGGUNA SMARTPHONE ASUS ZENFONE MAX PRO (M2) DI KOTA SEMARANG <b>Albertus Agung Prasetyono, Idris, Sugeng Wahyudi</b>	67
Implementasi Digital Customer Relationship Marketing Pada PT. PLN (Persero) Unit Induk Wilayah Kalimantan Barat <b>Dina Octaviani, Adi Mursalin, Rianti Ardana Reswari, Cesy Iola Kariza, Aisyah, Sigit Sugiardi</b>	68
PENGARUH FOOD QUALITY DAN SERVICE QUALITY TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION DAN DAMPAKNYA PADA CUSTOMER LOYALTY RESTORAN ALL YOU CAN EAT (STUDI PADA RESTORAN KAKKOOII SURABAYA) <b>Savero Marcello, Marcus Remiasa</b>	69

KEPUASAN PELANGGAN PADA SPBU PERTAMINA MARIFAT DI KRADENAN BANYUWANGI <b>Muhammad Aghistni Maulana Salsabil, Muhammad Ridwan Basalamah, Rahmawati, Mohamad Bastomi</b>	70
DAYA TARIK, KEPERCAYAAN DAN KEAHLIAN CELEBRITY ENDORSER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SCARLETT WHITENING DAMPIT <b>Nurul Muttamimah, Budi Wahono, Ita Athia, Ratna Tri Hardaningtyas</b>	71
ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI NIAT PENGGUNAAN KEMBALI E-WALLET DENGAN PENGEMBANGAN PENDEKATAN UTAUT 2 (UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY) <b>Yenni Permata Windri, Dien Mardhiyah</b>	72
PERAN STRUKTUR EMOSIONAL PADA HUBUNGAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN LAYANAN PESAN ANTAR MAKANAN <b>Nahda Aprilia, Istyakara Muslichah</b>	73
PERAN PELAYANAN PRIMA DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH SELAMA PANDEMI COVID-19 DI KOTA PALU PROVINSI SULAWESI TENGAH <b>Idris, Syamsul Bahri DP, Lina Mahardiana, Ramli Hatma</b>	74
MEMBANGUN LOYALITAS PELANGGAN MELALUI IMAGE ATTRIBUTES DAN IMAGE HOLISTIC PADA HOTEL BERBINTANG DI KOTA PALU PASCA BENCANA <b>Maskuri Sutomo, Vitayanti Fattah, Farid</b>	75
MODEL PENINGKATAN RETENSI NASABAH BERBASIS LAYANAN MOBILE BANKING DAN KUALITAS LAYANAN (STUDI KASUS PADA BNI KCP REMBANG) <b>Lutfi Nurcholih, Agus Tri Atmojo</b>	76
FAKTOR PENDORONG NIAT PEMBELIAN FITUR IN-GAME PUBG MOBILE SELAMA PANDEMI COVID-19 DI INDONESIA <b>Meiliani, Andhy Setyawan, Indarini</b>	77
E-SERVICE QUALITY DAN E-TRUST TERHADAP E-LOYALTY DENGAN E-SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL INTERVENING <b>Nuruni Ika Kusuma Wardhani, Tri Kartika Pertiwi, Muhadjir Anwar</b>	78
E-CUSTOMER SATISFACTION: PERAN PERILAKU PENCARIAN INFORMASI DAN E-SERVQUAL PADA KONSUMEN ONLINE <b>Ira Nuriya Santi, Wahyuningsih, Muzakir, Maskuri Sutomo, Adfiyani Fadjar</b>	79
FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MS GLOW FOR MEN: STUDI TERHADAP MAHASISWA UNIBA SURAKARTA PADA TAHUN 2022 <b>Fithri S Marwati, Ilham S Dharmawan, Istiatin, Sudarwati</b>	80
DAYA TARIK TRAVEL SELFIE DAN NIAT MENGUNJUNGI DESTINASI WISATA: STUDI TENTANG MANFAAT UTILITARIAN DAN HEDONIK DARI TRAVEL SELFIE <b>Elia Ardyan, Oscarius Yudhi Ari Wijaya</b>	81
ARE MILLENNIALS MOVING TOWARD A GREEN LIFESTYLE? : THE INTERRELATIONSHIP BETWEEN KNOWLEDGE, ENVIRONMENTAL CONCERNS, AND PERCEIVED CUSTOMER EFFECTIVENESS <b>Diana Sari, Hana Gokma Bertiani, Rora Puspita Sari, Tri Febrianti</b>	82

PERAN RELIGIOUS INTERACTION CAPABILITY DALAM MENINGKATKAN PERCEIVED HOLISTIC VALUE PADA JASA KESEHATAN BERBASIS RELIGI <b>Ken Sudarti, Hendar, Bahrain Pasha Irawan</b>	83
ARSITEKTUR STRATEGI BISNIS DALAM MENINGKATKAN KINERJA UKM KERAJINAN ROTAN PADA ENDEMI COVID-19 DI KALIMANTAN TENGAH <b>Rinni Wardani, Leani, Planoko Januardo, Yiyin Susana</b>	84
PERAN FINTECH DALAM MENINGKATKAN KINERJA UMKM DENGAN SALES PERFORMANCE OF SMEs SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA MASA PANDEMI COVID 19 <b>Sri Anik, Bedjo Santoso</b>	85
BAURAN MEDIA ELEKTRONIK TERHADAP PENINGKATAN KEPESERTAAN BPJS KETENAGAKERJAAN CABANG MAKASSAR <b>Muhammad Nasir, Abdurahman Basalamah</b>	86
MEDIA SOSIAL UMKM: PEMANFAATAN TREN VIRALITAS DAN INFLUENCER UNTUK KINERJA PEMASARAN <b>Erwin</b>	87
PENGARUH SIKAP, NORMA SUBJEKTIF, PERSEPSI KONTROL PERILAKU DAN RELIGIOSITAS TERHADAP MINAT BERINVESTASI PADA PASAR MODAL SYARIAH <b>Felix Azizi, Daru Asih</b>	88
MENUMBUHKAN MINAT WIRAUSAHA PADA INDUSTRI KREATIF BERBASIS THEORY OF PLANNED BEHAVIOR, DAN PROACTIVENESS <b>Ahmad Alim Bachri, Nuril Huda, Siti Aliyati Albushairi</b>	89
PENGARUH GOOD CORPORATE GOVERNANCE TERHADAP KEPUASAN MUZAKKI (Studi Kasus Pada LAZISNU KABUPATEN CILACAP) <b>Moh Zulfa, Osmad Muthaher</b>	90
MODEL BOOSTING CUSTOMER CITIZENSHIP BEHAVIOR <b>Erma Sri Hastuti, Sri Ayuni</b>	91
PENGARUH PEMINDAHAN IBU KOTA NEGARA TERHADAP INVESTASI DI KABUPATEN TABALONG KALIMANTAN SELATAN <b>Dyah Sri Wulandari, A.Firsa Ariza, Nurhayati</b>	92
INTENTION TO PAY ZAKAT AND THE SELECTION OF FORMAL ZAKAT INSTITUTIONS ON GENERATION Y IN INDONESIA <b>Arief Budiman</b>	93
ENTREPRENEURIAL ORIENTATION AND BUSINESS PERFORMANCE UNDER A COMPETITIVE PRESSURE <b>Augusty Tae Ferdinand</b>	94
UTAUT MODEL, RELIGIOSITY AND INTENTION TO ADOPT MOBILE BANKING AMONG INDONESIAN MILLENNIALS: IS THERE ANY LINKAGE ? <b>Kevin Satriani Nusapatuah, Arif Hartono</b>	95
ECO-FRIENDLY PACKAGING: LITERATUR REVIEWS <b>Dewi, Hayuning Purnama</b>	96
PERAN SERVICESCAPE DAN KEPERCAYAAN DALAM MEMBANGUN DAYA SAING BANDARA. (STUDI EMPIRIS BANDARA SOEKARNO HATTA) <b>Ratna Roostika, Fitra Hariadi</b>	97

GREEN ENVIRONMENTAL ETHICS DAN GREEN INNOVATION UNTUK  
MENDUKUNG KEUNGGULAN BERSAING DAN KINERJA BISNIS 98

**Mulyana**

MAMPUKAH POPULARITAS MEREK MENINGKATKAN KESEDIAAN KONSUMEN  
UNTUK MEMBAYAR PRODUK HIJAU DENGAN HARGA TINGGI? STUDI PADA  
GENERASI MILENIAL DI INDONESIA 99

**Rila Anggraeni, Dimas Hendrawan, Dimas Hendrawan**

BRAND EQUITY SABUN KESEHATAN DETTOL DI KOTA PADANG PADA MASA  
PENDEMI COVID 19 100

**Linda Wati, Surya Dharma, Oktavia Dina Putri**

INVESTIGASI NIAT DONASI HEWAN KURBAN ONLINE 101

**Anisya Rahmadani, Anas Hidayat, Muhmmad Bakr Muhlison**

## TOPIK 2 : MANAJEMEN KEUANGAN

PERAN INKLUSI KEUANGAN DAN PANDEMI COVID-19 TERHADAP HUBUNGAN  
ANTARA DIGITALISASI PERBANKAN DAN STABILITAS BANK 102

**Puput Tri Komalasari, Rahmat Heru Setianto**

APAKAH RISIKO DETERMINAN BAGI KINERJA BANK PERKREDITAN RAKYAT? 103

**Mychelia Champaca, Moch. Nurhidayat**

ANALISIS STUDI KELAYAKAN BISNIS MENGGUNAKAN KONSEP HAMDİ'S  
METHOD 104

**Hamdi Agustin, Awliya Afwa, Poppy Camenia Jamil**

ANALISIS POTENSI KEBANGKRUTAN DENGAN METODE ALTMAN Z-SCORE  
DAN METODE ZMIJEWSKI PADA PT. GARUDA INDONESIA TBK PERIODE 2019-  
2020 105

**Rafiqah Asaff, Fricilya Febrianti M, Suryati, Andi Meriam**

ANALISIS ECONOMIC VALUE ADDED DAN MARKET VALUE ADDED SEBAGAI  
ALAT UKUR KINERJA KEUANGAN PT. MADUSARI MURNI INDAH TBK PERIODE  
2018-2020 106

**Muhammad Haekal Yunus, Arini Lestari Aris, Munawir, Abdillah  
Furqan**

KINERJA REKSADANA SAHAM PERIODE 2019-2020 : TINJAUAN PENENTUAN  
WAKTU PASAR DAN SUKU BUNGA INDONESIA 107

**Musdalifah Azis, Tetra Hidayati, Abd Rakhman, dan Maulidah  
Fitriyati**

CREDIT DISTRIBUTION AND DETERMINING FACTORS STUDY ON  
CONVENTIONAL BANKS IN INDONESIA 108

**Sutrisno**

FINANCIAL MANAGEMENT BEHAVIOUR BAGI BURUH WANITA PADA  
PERUSAHAAN GARMEN DI SEMARANG, JAWA TENGAH 109

**Mutamimah Mutamimah, Zaenudin Zaenudin**

PERAN LITERASI KEUANGAN DALAM MEMODERASI PENGARUH FINTECH DAN  
INKLUSI KEUANGAN TERHADAP KINERJA KEUANGAN 110

**Khansa Shabihah, Dedi Rusdi**

DETERMINANTS OF CAPITAL STRUCTURE: PROPERTY AND REAL ESTATE COMPANIES (IDX) <b>Clarisa Sutana, Nila Pusvikasari</b>	111
FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI FINANCIAL DISTRESS PADA PERUSAHAAN SEKTOR ANEKA INDUSTRI <b>Sarah Putrianza Harahap, Tita Deitiana</b>	112
PENGARUH RISIKO BISNIS TERHADAP PROFITABILITAS DAN NILAI PERUSAHAAN DENGAN STRUKTUR MODAL SEBAGAI MEDIATOR (STUDY PADA PERUSAHAAN SEKTOR TRANSPORTASI YANG TERDAFTAR DI BEI TAHUN 2016-2020) <b>Dharmayanti Pri Handini, Hanif Rani Iswari, Siti Nur Ainun</b>	113
LIQUIDITY RISK AND CREDIT RISK ON BANK STABILITY: EVIDENCE FROM REGIONAL DEVELOPMENT BANK IN INDONESIA <b>Felitas Defung, Dwi Ananda Putri</b>	114
PENGARUH GROSS DOMESTIC PRODUCT, INTEREST RATE, RETURN ON ASSETS DAN LOAN TO DEPOSIT RATIO TERHADAP NON PERFORMING LOAN PADA BANK YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA <b>Wirasmi Wardhani, Hairul Anwar, Efraim Rudi, Nita Priska Ambarita</b>	115
FACTORS AFFECTING AUDIT REPORT LAG WITH PUBLIC ACCOUNTING FIRMS AS MODERATING VARIABLES IN BANKING COMPANIES ON INDONESIA STOCK EXCHANGE 2015-2020 <b>Adji Suratman, Hamilah, Laela Rahmawati</b>	116
HUMAN FINANCIAL ADVISOR VS ROBO-ADVISOR: PERAN FINANCIAL LITERACY, PREFERENSI RISIKO DAN TRUST <b>Vina Permata Sari, Christiana Fara Dharmastuti</b>	117
MERGER DAN AKUISISI TERHADAP KESEJAHTERAAN PEMEGANG SAHAM <b>Sulaeman Rahman Nidar, Arief Alda, Layyinaturobbaniyah</b>	118
RESPON PEMERINTAH TERHADAP COVID DAN KINERJA BANK DI INDONESIA <b>Rizky Yudaruddin</b>	119
PENGARUH ASIMETRI INFORMASI TERHADAP PRAKTEK MANAJEMEN LABA PADA PERUSAHAAN FOOD AND BEVERAGE YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA <b>Munawir, Erwina, Ishak Runi, Andi Dewi Angreyani</b>	120
PENGARUH JUMLAH KASUS, KEPANIKAN, KEBIJAKAN PEMBatasan SOSIAL COVID-19 TERHADAP VOLATILITAS IHSG <b>Ikhsan Noor Priambudi, Sri Mulyati</b>	121
FAKTOR PEMBENTUK STOCK RETURN DAN RETURN ON EQUITY RUMAH SAKIT TERBUKA DI INDONESIA PERIODE TAHUN 2018 -2020 <b>Ratna Komara, Wardhana</b>	122
KEBIJAKAN DIVIDEN, PERTUMBUHAN PERUSAHAAN, UKURAN PERUSAHAAN, DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (STUDI PADA PERUSAHAAN PROPERTI YANG TERDAFTAR PADA BEI 2016-2019) <b>Ramlawati, Nur Azisah Mashudi, Muh. Haerdiansyah Syahnur</b>	123
FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEBIJAKAN HUTANG SEKTOR PROPERTY, REAL ESTATE DAN BUILDING CONSTRUCTION <b>Ekky Rowy Prasetyo, Beny</b>	124

PERFORMANCE OF INDONESIA ISLAMIC EQUITY INDEXES AMID COVID-19 <b>Burhanuddin</b>	125
ANALISIS PENGARUH FAKTOR KEUANGAN DAN FAKTOR NON KEUANGAN TERHADAP PERINGKAT OBLIGASI <b>Layyinaturrobaniyah, Sulaeman Rahman Nidar, Annisa Nadhira Ramadhani</b>	126
APAKAH KARAKTERISITIK INTERNAL MEMPENGARUHI NILAI PERUSAHAAN ? <b>Ketty Novelina Tarigan, Erika Jimena Arilyn</b>	127
PENGARUH INVESTMENT OPPORTUNITY SET, FREE CASH FLOW, LEVERAGE, DAN LIKUIDITAS TERHADAP KEBIJAKAN DIVIDEN PADA PERUSAHAAN LQ-45 YANG TERDAFTAR DI BEI <b>Bella Dian Fadtami, Nurfauziah, Dra. MM</b>	128
PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN INKLUSI KEUANGAN TERHADAP KEBERLANJUTAN USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI KOTA MAKASSAR <b>Budiandriani, Khairina Rosyadah, Mahfud Nurnajamuddin</b>	129
THE IMPACT OF QUICK RATIO, DEBT TO EQUITY RATIO, FIRM SIZE, AND COVID-19 TOWARD RETURN ON EQUITY: A CASE STUDY OF TOURISM, RESTAURANT, AND HOTEL COMPANY LISTED ON INDONESIA STOCK EXCHANGE (IDX) <b>Justina Ade Judiarni, Lufiyandi Supriatman, Efraim Fredy Rudi, Ravli Ihza Mahendra Sanputra</b>	130
DEVELOPMENT OF SUKUK RATING AND PRICE SUKUK: IMPACT OF FINANCIAL DISCLOSURE QUALITY <b>Nunung Ghoniyah, Sri Hartono</b>	131
PENGARUH LIKUIDITAS, LEVERAGE, PROFITABILITAS, DAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN KEBIJAKAN DIVIDEN SEBAGAI VARIABEL MODERASI (Studi Kasus pada Perusahaan Sektor Teknologi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2020) <b>Sary Laili Azmi, Wisnu Mawardi</b>	132
PERAN MODERASI FLEKSIBILITAS KEUANGAN PADA PENGARUH PEMBIAYAAN MODAL KERJA TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN (Studi pada Industri Property dan Real Estate yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2020) <b>Yatazya Muzamil, Prasetiono</b>	133
MODEL GEOMETRIC BROWNIAN MOTION DAN UKURAN RISIKO UNTUK ANALISIS SAHAM DI BURSA EFEK INDONESIA (STUDI KASUS: SAHAM BLUE CHIP SYARIAH DAN KONVENSIONAL TAHUN 2022) <b>Hersugondo Hersugondo, Imam Ghozali, Trimono Trimono</b>	134
PENGARUH VOLUME PERDAGANGAN SAHAM, LEVERAGE, DAN KEBIJAKAN DIVIDEN TERHADAP VOLATILITAS HARGA SAHAM <b>Arih Jannati, Mahirun, M. Maulidin Fachrur</b>	135
PENGARUH LOVE OF MONEY DAN MACHIAVELLIAN TERHADAP PERSEPSI ETIS MAHASISWA AKUNTANSI <b>Astuti Yuli Setyani</b>	136



PENGARUH SKOR ESG TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN - STUDI PERBANDINGAN PADA SEKTOR KEUANGAN DAN NON-KEUANGAN DI INDONESIA <b>Aldian Noor, Erni Ekawati</b>	137
FAKTOR YANG MEMENGARUHI INVESTMENT OPPORTUNITY SET <b>M. Sienly Veronica</b>	138
LITERASI INVESTASI BAGI MAHASISWA UNIVERSITAS MAHENDRADATTA DI ERA DIGITAL <b>Putri Anggreni, Ni Wayan Suartini</b>	139
NILAI PERUSAHAAN : DAMPAK DARI GOOD CORPORATE GOVERNANCE, KEBIJAKAN HUTANG DAN KEBIJAKAN DIVIDEN <b>Sufi Jikrillah</b>	140
PENGARUH DANA PIHAK KETIGA, PERMODALAN, RISIKO KREDIT, SUKU BUNGA KREDIT, DAN FINTECH TERHADAP PENYALURAN KREDIT BANK PERKREDITAN RAKYAT (BPR) DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA (DIY) <b>Friska Uli Br. Sinurat, Murti Lestari</b>	141
PENGARUH INDONESIA ORIGINAL BRANDS (IOB) TERHADAP RETURN ON ASSET (ROA) PADA PERUSAHAAN YANG DIPUBLIKASIKAN BEI <b>Insiwijati Prasetyaningsih, Umi Murtini, Brayen Samuel Puendong, Siprianus Nahak</b>	142
MENINGKATKAN KESEJAHTERAAN PEMEGANG SAHAM MELALUI KEBIJAKAN DIVIDEN BERKOMITMEN PERTUMBUHAN PERUSAHAAN <b>Juedi Agustina Taman Parulian Sianturi</b>	143
MINAT GENERASI MILENIAL UNTUK BERINVESTASI SUMBER DAYA ALAM DI PAPUA MELALUI TEKNOLOGI FINTECH <b>Entar Sutisman, Entis Sutisna</b>	144
PENGUJIAN FAMA FRENCH FIVE FACTOR MODEL TERHADAP EXCESS RETURN PADA SAHAM LQ-45 PERIODE 2018-2021 <b>Chaidir</b>	145
PENGARUH RASIO PROFITABILITAS DAN RASIO PASAR TERHADAP IMBAL HASIL DAN RISIKO SAHAM <b>Salvina Valariessa Mayda, Elizabeth Lucky Maretha Sitinjak</b>	146
PORTOFOLIO DAN RETURN SAHAM: LIKUIDITAS, SOLVABILITAS, DAN PROFITABILITAS <b>Riries Angelishita, Elizabeth Lucky Maretha Sitinjak</b>	147
KEPATUHAN WAJIB PAJAK PRIBADI KORELASINYA DENGAN PEMAHAMAN PAJAK, SANKSI PAJAK, KESADARAN PAJAK, ETIKA DAN MORALITAS WAJIB PAJAK <b>Putriana Kristanti</b>	148
KINERJA SAHAM SEKTOR CONSUMER CYCLICAL PADA DUA KEPRESIDENAN TERAKHIR DI INDONESIA <b>ERNA GARNIA, TAHMAT TAHMAT, DEDEN RIZAL RIADI, FITRIA LILYANA, HIDAYANTI GUSTIARTI</b>	149
LITERASI INVESTASI BAGI MAHASISWA UNIVERSITAS MAHENDRADATTA DI ERA DIGITAL <b>Putri Anggreni, Ni Wayan Suartini</b>	150

PENGARUH MODAL INVESTASI MINIMAL, RETURN, DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP MINAT INVESTASI MAHASISWA DI APLIKASI AJAIB SEKURITAS YANG TERDAFTAR PADA BURSA EFEK INDONESIA (BEI) PERIODE 2018-2021	151
<b>Muhammad Miraz Rezaldy, Mujibah Achyar Sufyani</b>	
PENGARUH GOOD CORPORATE GOVERNANCE TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN STOCK RETURNS DAN FINANCIAL PERFORMANCE SEBAGAI VARIABEL MEDIASI	152
<b>Josephine Marshella, Deddy Marciano, Bertha Silvia Sutejo</b>	
PORTOFOLIO OPTIMAL DAN KINERJA PERUSAHAAN DI MASA PANDEMI	153
<b>Anggun Larasati, Elizabeth Lucky Maretha Sitinjak</b>	
PENGARUH RASIO SOLVABILITAS DAN PROFITABILITAS TERHADAP RISIKO DAN IMBAL HASIL SAHAM DENGAN PRODUK DOMESTIK BRUTO SEBAGAI VARIABEL MODERASI	154
<b>Ester Mulyani Simanjuntak, Elizabeth Lucky Maretha Sitinjak</b>	
ANALISIS AKTIVITAS OFF-BALANCE SHEET (OBS) BANK DAN MARKET DISCIPLINE HYPOTHESIS: SIZE CONSTRAINT DAN PERSEPSI NON-LINEAR RISIKO SISTEMATIS PADA BANK KAPITALISASI KECIL	155
<b>Elok Pakaryaningsih</b>	
PROFITABILITAS DAN STRUKTUR MODAL DINAMIS PERUSAHAAN: SEBUAH SINTESA DAN EVALUASI TERHADAP TEORI DAN HASIL EMPIRIS	156
<b>Risna Wijayanti, Bertha Silvia Sutejo</b>	
HUBUNGAN KAUSALITAS ANTARA PASAR SAHAM INDONESIA DAN SINGAPURA SERTA PENGARUH FAKTOR MAKROEKONOMI, HARGA MINYAK DUNIA, DAN HARGA EMAS DUNIA	157
<b>Hanif Ahmadi, Pungky Lela Saputri</b>	
ANALISIS KINERJA KEUANGAN KOPERASI KARYAWAN PDAM "MACINNONG" KABUPATEN SOPPENG	158
<b>Sukma Aini</b>	
PENGARUH PROFITABILITAS, LIKUIDITAS, CAPITAL INTENSITY DAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP AGRESIVITAS PAJAK	159
<b>Muhammad Ridhwansyah Pasolo, Fahrudin Pasolo, Rahmawati Usman</b>	
A MODEL IN EVALUATE THE IMPLEMENTATION OF ISLAMIC FINANCIAL PLANNING OF THE YOUTH	160
<b>Farikha Amilahaq, Provita Wijayanti, Sintya Nur Astuti</b>	
PENYALURAN PEMBIAYAAN DAN PENGARUHNYA TERHADAP NPF BANK SYARIAH	161
<b>Pungky Lela Saputri, Hanif Ahmadi</b>	
KINERJA RELATIF PASAR SAHAM SYARIAH, PASAR SAHAM KONVENSIONAL DAN PASAR MATA UANG KRIPTO SELAMA PANDEMI COVID-19	162
<b>Rafiadhi Prawirayudha Gunawan, Abdur Rafik</b>	
GOOD CORPORATE GOVERNANCE DALAM MENINGKATKAN KINERJA BUM DESA MUNJI, KECAMATAN KADUNGORA, KABUPATEN GARUT, PROVINSI JAWA BARAT	163
<b>Ellen Rusliati, Mujibah A. Sufyani, Lella N. Irwan</b>	
FINANCIAL STRESS DAN RISK PREFERENCE: PERSPEKTIF PERILAKU PELAKU UMKM KERUPUK DI KABUPATEN KENDAL JAWA TENGAH	164
<b>Wahyu Setiawan, Erma Sri Hastuti</b>	

ANALISIS RETURN SAHAM SEBELUM DAN SETELAH HARI LIBUR ISLAM (STUDI EMPIRIS PADA SEKTOR INDUSTRI BARANG KONSUMSI BURSA EFEK INDONESIA)	165
<b>Ridha Taurisma Lajaria, Mariani, Ghalib Suprianto, Muh. Alif Cahyadi, Ainun Jariyah</b>	
INFLASI SEBAGAI PEMODERASI PENGARUH ANTARA KINERJA KEUANGAN DENGAN RETURN SAHAM	166
<b>Rusdayanti Asma, Redawati, Arief Budiman</b>	
PERAN INSENTIF PAJAK DALAM MEMODERASI KESADARAN PAJAK DAN SANKSI PAJAK TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK	167
<b>Yana Ermawati, Muhdi B Hi Ibrahim, Yaya Sonjaya, Nurwinda, Maria Yuvita Gobay</b>	
MODERASI ESG RISK PADA KEPUTUSAN INVESTASI TERHADAP RETURN SAHAM	168
<b>Doni Stiadi, Meina Wulansari Yusniar, M. Zainal Abidin</b>	
PENGARUH KEPUTUSAN INVESTASI DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA SUB SEKTOR TELEKOMUNIKASI YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2018-2021	169
<b>Yuliarti Rezek, Linda Kusumawati, Misda Yanti</b>	
MODEL PERILAKU INVESTOR INDIVIDU: PERSONALITI MBTI, LITERASI KEUANGAN, PORTOFOLIO OPTIMAL, LITERASI EMISI KARBON, DAN KINERJA POSISTIF	170
<b>Elizabeth Lucky Maretha Sitinjak, Trisni Widhianingtanti, Y Wisnu Djati Sasmito, Shresta Purnamasari</b>	
ANALISIS KEUANGAN DALAM MENGGAMBARAKAN HARGA SAHAM DI BURSA EFEK INDONESIA PADA PT BANK CENTRAL ASIA ,TBK	171
<b>I Wayan Kandi Wijaya, Ni Gusti Ayu Kadek Ratih Pratiwi</b>	
ANTECEDENTS OF COMPANY LEVERAGE IN THE INDONESIAN AND THAILAND STOCK EXCHANGE	172
<b>Liliana Inggrit Wijaya, Zunairoh Zunairoh, Marwin Silalahi, Felisa Julia Wardojo, Bertha Silvia Sutejo</b>	
ANALISIS KINERJA KEUANGAN DAERAH PEMERINTAH KABUPATEN SUMBA TIMUR TAHUN 2018-2021	173
<b>Rambu Anahida, Xaveria Indri Prasasyaningsih</b>	
UPAYA MENINGKATKAN PENGELOLAAN DANA DESA PADA KABUPATEN PAMEKASAN	174
<b>Luluk Jihan Fahiroh, Nur Diana, Maslichah</b>	
KESADARAN WAJIB PAJAK, PELAYANAN FISKUS, SANKSI PAJAK DAN PEMAHAMAN AKUNTANSI PAJAK TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK	175
<b>Tiara Putri Margiota, Dwiyani Sudaryanti, Irma Hidayati</b>	
PENGETAHUAN INVESTASI, RETURN INVESTASI, MODAL MINIMAL INVESTASI, DAN GAYA HIDUP GENERASI MILENIAL TERHADAP MINAT INVESTASI	176
<b>Lucky Ayu Damayanti, Afifuddin, Nuril Badriah, Abdullah Syakur Novianto</b>	
DAMPAK MEKANISME GOOD CORPORATE GOVERNANCE TERHADAP KINERJA KEUANGAN BANK DI INDONESIA	177
<b>Hari Sukarno, Silvia Angelina Sundjojo</b>	

PERAN ESG DALAM MEMODERASI PENGARUH KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN. STUDI PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG LISTING DI BEI	178
<b>Mayninda Kusumawardhani, Irene Rini Demi Pangestuti</b>	
PERAN EKONOMI MAKRO DAN RASIO KEUANGAN TERHADAP POTENSI FINANCIAL DISTRESS PERUSAHAAN SEKTOR FARMASI, TELEKOMUNIKASI, HOTEL DAN RESTORAN, KESEHATAN, SERTA LEMBAGA PEMBIAYAAN: EVALUASI DAMPAK PANDEMI COVID-19 DI INDONESIA	179
<b>Ratih Kusumawardhani, Risal Rinofah</b>	
KEPEMILIKAN PEMERINTAH, KEBIJAKAN DIVIDEN, LEVERAGE DAN KINERJA PERUSAHAAN : STUDI EMPIRIS PADA BUMN DI INDONESIA	180
<b>Fatlina Zainuddin, Rosida P Adam, Mahmud Lahay, Suardi, Siti Aminah</b>	
SYSTEMIC RISK IN A DIRECT OPERATION OF MULTINATIONAL BANK (MNB): STUDY ON DBS SUBSIDIARIES IN 2012-2021	181
<b>Hilya Ramadhania Siyauqi Maudah, Erman Denny Arfianto</b>	
ATRIBUT CORPORATE GOVERNANCE DAN RISIKO TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN BIAYA AGENSI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING	182
<b>Dian Iman Saputra, Abdul Moin</b>	
The Impact of Capital Structure, Investment Valuation and Risk to Investment Feasibility Rate as Financial Strategic Model in the Public Housing Property	183
<b>Erman Sumirat</b>	
CAPITAL ADEQUACY RATIO DAN FAKTOR PENENTUNYA Study Pada Bank Pembiayaan Syariah di Indonesia	185
<b>Bagus Panuntun, Sutrisno</b>	
PENGARUH FINANCIAL SELF EFFICACY DAN TECHNOLOGICAL SELF EFFICACY TERHADAP FINTECH CONTINUANCE INTENTION YANG DIMEDIASI PERCEIVED BENEFIT DAN PERCEIVED RISK (STUDI PADA PENGGUNA PLATFORM FINTECH GENERASI X)	186
<b>Sumiati, Margono Setiawan, Krismi Budi Sienatra</b>	
ANALYSIS OF THE CANSLIM METHOD IN THE NON-CYCLICAL CONSUMPTION SECTOR DURING THE COVID-19 PERIOD ON THE INDONESIA STOCK EXCHANGE (IDX) ON THE INDONESIAN SHARIA STOCK INDEX (ISSI)	187
<b>Dadan Ramdhan, Hani Ismalia</b>	
MODAL SOSIAL, LITERASI KEUANGAN DAN INKLUSI KEUANGAN TERHADAP KINERJA BISNIS PADA USAHA KECIL MENENGAH DI MALANG RAYA	188
<b>Siti Aisjah, Atim Djazuli</b>	
PORTOFOLIO SAHAM, SOLVABILITAS, PROFITABILITAS, RETURN STAND-ALONE DAN TINGKAT SUKU BUNGA SEBAGAI MODERASI	189
<b>Alfonsus Advent, Elizabeth Lucky Maretha Sitinjak</b>	
PENERAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL DAN RISIKO KEBANGKRUTAN PERUSAHAAN	190
<b>Fahnisa Rizqi Anggraini, Katiya Nahda</b>	
Inflasi Sebagai Pemoderasi Pengaruh antara Kinerja Keuangan dengan Return Saham	191
<b>Rusdayanti Asma, Redawati, Arief Budiman</b>	

PENGARUH ECONOMIC VALUE ADDED, MARKET VALUE ADDED, DAN PENGUNGKAPAN EMISI KARBON TERHADAP RETURN SAHAM <b>Agung Cahyadi, Elizabeth Lucky Maretha Sitinjak</b>	192
STRATEGI MENJAWAB TANTANGAN PASAR UNTUK MENCAPAI PERTUMBUHAN USAHA FINTECH-LENDING (STUDI KASUS FINTECH-LENDING DI INDONESIA) <b>A.Mulyo Haryanto, Wisnu Mawardi, Sugeng W</b>	193
KASUALITAS PROFITABILITAS DAN STRUKTUR MODAL SERTA DAMPAKNYA PADA NILAI PERUSAHAAN <b>H Hersugondo, Endang Tri Widyarti, M. Kusumawardhani</b>	194
PENGARUH FINANCIAL LITERACY DAN SELF CONTROL TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF ONLINE SHOPPING MAHASISWA DI JABODETABEK <b>Pratomo Yudhi, Sumani</b>	195
PENGARUH PERCEIVED RISK, PERCEIVED BENEFIT TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH DALAM MENGGUNAKAN PRODUK DAN JASA BANK SYARIAH DENGAN IHSAN INTENTION BEHAVIOR SEBAGAI VARIABEL MODERATING <b>Bedjo Santoso, Novirasania Azzahra</b>	196
THE ROLE OF DIRECTOR CHARACTERISTIC ON ACCOUNTING CONSERVATISM: SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW <b>Muhammad Saiful Hakim, Liu Chih Liang, Nugroho Priyo Negoro, Geodita Woro Bramanti, Ninditya Nareswari, Arman Hakim Nasution, Harissa Agustin</b>	197
PENINGKATAN KINERJA UMKM BERBASIS RELIGIOUS RISK TOLERANCE DAN FINANCIAL CAPABILITY <b>Sri Hartono, Nunung Ghoniyah</b>	198
STRATEGI MANAJEMEN BIAYA DALAM MENCAPAI KEUNGGULAN BERSAING DAN PENINGKATAN MUTU DALAM PERGURUAN TINGGI <b>Asep Maksum</b>	199
DAMPAK PEMEKARAN 5 WILAYAH TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI ASLI PAPUA DAN INOVASI MANAJEMEN INVESTASI DALAM PERSPEKTIF EKONOMI DIGITAL PAPUA <b>Yana Ameliana, Muhammad Ridwan Rumasukun, Sitti Nur Alam</b>	200
PERAN PEER TO PEER (P2P) LENDING UNTUK Mendukung GERAKAN UMKM GO DIGITAL <b>Khoirina Noor Anindya</b>	201
THE IMPLEMENTATION OF THE OPTION-BASED RISK MANAGEMENT APPROACH TO ACHIEVE STARTUP SUSTAINABILITY: AN ASSESSMENT FROM FIVE VENTURE CAPITALISTS IN INDONESIA <b>Arif Singapurwoko</b>	202
RENCANA ALIH TANAM USAHA TANI DI DESA BUKTI KECAMATAN KUBUTAMBAHAN BULELENG <b>Kastawan Mandala, I Gst. A. Kt. Gd. Suasana, I Made Dana</b>	203
ANALISIS TINGKAT KESEHATAN BANK DENGAN METODE RGEC (RISK PROFILE, GOOD CORPORATE GOVERNANCE, EARNING AND CAPITAL) PADA BANK UMUM DEvisa PERIODE 2018-2021 <b>Mariani Turangan, Paulus Kindangen, Joy Elly Tulung</b>	204

CORPORATE GOVERNANCE MECHANISM, LEVERAGE, FREE CASH FLOWS AND FIRM VALUE (STUDI PADA PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR PADA INDEKS SAHAM SYARIAH)	205
<b>Himmiyatul Amanah Jiwa Juwita</b>	

### TOPIK 3 : MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA

PENGEMBANGAN MODEL COACHING KLINIK UMKM BERBASIS KONSEP PENGEMBANGAN SDM PUMPING-HR MODEL	206
<b>Amir Tengku Ramly, Warcito, Andi Irawan</b>	
THE RELATIONSHIP BETWEEN POLITICAL SKILLS AND NARCISSISTIC LEADERSHIP WITH ORGANIZATIONAL CITIZEN BEHAVIOUR (OCB) IS MEDIATED BY LEADER MEMBER EXCHANGE (LMX)	207
<b>Kabul Wahyu Utomo, Anggia Boantua Siahaan</b>	
PERAN MEDIASI DARI MOTIVASI KERJA DAN KOMITMEN ORGANISASI TERHADAP PENINGKATAN KINERJA ADAPTIF PEGAWAI PEMERINTAHAN	208
<b>Abdul Kadir, Richard Sesa, Paulus Sprianto, Muzdalifah</b>	
PENGARUH KEPUASAN KERJA TERHADAP MOTIVASI DAN KINERJA PEGAWAI PADA KANTOR BAPPEDALITBANG PROVINSI KALIMANTAN TENGAH	209
<b>Laden Mering, Michelle Sri Erlinawatie, Elsie, Oyeng</b>	
PERAN MOTIVASI KERJA DALAM MEMEDIASI PENGARUH LINGKUNGAN KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN DI KANTOR YAYASAN WORLD WIDE FUND FOR NATURE (WWF) INDONESIA CABANG KAL-TENG	210
<b>Dewi Widianingsih, Rika Hartati, Marphin Mantosy, Yosef Karel Sitinjak</b>	
DIMENSIONAL STRATEGI SUMBER DAYA MANUSIA (SSDM) DALAM MENINGKATKAN KINERJA ORGANISASI PEMERINTAHAN	211
<b>Yacinda Chresstela Prasidya Norianggono, Rika Prayudya Asie Putri, Dwi Prawitarini Soedijardjo, Evita Veronica Welafubun</b>	
PENGARUH MOTIVASI DAN DISIPLIN KERJA TERHADAP KINERJA PEGAWAI PADA PT. PLN (PERSERO) WILAYAH KALIMANTAN SELATAN DAN KALIMANTAN TENGAH AREA PALANGKA RAYA	212
<b>Osta Melanno, Elvan Alwi, Trisna Cica K.D. Rahan, Nor Afita Saidah Fatimah</b>	
EMPOWERING LEADERSHIP DAN KREATIVITAS; KEPERCAYAAN SEBAGAI PEMEDIASI	213
<b>Sugeng Raharjo, Robiansyah, Irsan Tricahyadinata</b>	
STRES KERJA DAN KEPUASAN KERJA DAMPAKNYA TERHADAP KOMITMEN ORGANISASI	214
<b>Sofa Yulandari, Diza Carafelia</b>	
PENGARUH JOB EMBEDDEDNESS, KEPUASAN KERJA DAN KOMITMEN ORGANISASI TERHADAP TURNOVER INTENTION KARYAWAN PT ABC	215
<b>Audry Risaldy, Denta Felli Ananda</b>	
DUKUNGAN REKAN KERJA DAN DUKUNGAN SUPERVISOR : DAMPAKNYA TERHADAP KELELAHAN EMOSIONAL DAN KEPUASAN KERJA	216
<b>Hafidz Widodo, Suhartini</b>	

PENGARUH REWARD AND RECOGNITION, ORGANIZATIONAL CULTURE, PERSONAL RESOURCES TERHADAP EMPLOYEE ENGAGEMENT GENERASI Y	217
<b>Zahro, Kamalina Din Jannah, R.Ilham Maulana</b>	
PENGARUH KOMPETENSI, MOTIVASI DAN LINGKUNGAN KERJA TERHADAP KINERJA PEGAWAI DIKANTOR DINAS SOSIAL DI KABUPATEN PINRANG	218
<b>Arminas, Ramlawati, Serlin Serang</b>	
JOB SATISFACTION, ORGANIZATIONAL CITIZENSHIP BEHAVIOR, SELF-REGULATION, AND EMPLOYEE PERFORMANCE DURING THE COVID-19	219
<b>Santi Riana Dewi, Febi Kholidah, Yola Nuraeni</b>	
PERAN TRANSFER PENGETAHUAN BERBASIS DIGITAL DALAM MENINGKATKAN KINERJA KARYAWAN UMKM DI KOTA BANDUNG	220
<b>Joeliaty, Sri Djatnika Sya'diah Arrifin, Umi Kultum</b>	
PERSONALITY AND WORK ATTITUDES OF MILLENNIAL EMPLOYEES IN PREDICTING JOB PERFORMANCE: A STUDY IN A PRIVATE COMPANY	221
<b>Hadiyat Y, Herman, Yusnita N</b>	
MODEL KESIAPAN KERJA DAN MINAT KERJA DI KALANGAN MILENIAL	222
<b>Nurhidayati Nurhidayati, Wiwik Soniyati, Ardian Adhiatma</b>	
ANALISIS PENGARUH DUKUNGAN REKAN KERJA, DUKUNGAN SUPERVISOR YANG DIRASAKAN, DAN KEPEMIMPINAN TRANSAKSIONAL TERHADAP KEINGINAN UNTUK PINDAH DENGAN KEPUASAN KERJA SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi pada Karyawan BLU UPTD Trans Semarang)	223
<b>Novitasari, Ismi Darmastuti</b>	
PENGARUH SELF-EFFICACY DAN SUPERVISOR SUPPORT TERHADAP TRANSFER OF TRAINING DAN PERFORMANCE BIDAN PUSKESMAS SAMARINDA	224
<b>Melda Aulia Ramadhani, Rio Haribowo</b>	
PENGARUH KEPUASAN KERJA DAN KOMITMEN ORGANISASIONAL TERHADAP ORGANIZATIONAL CITIZENSHIP BEHAVIOR PADA PERUSAHAAN UMUM DAERAH PENGELOLA AIR LIMBAH DOMESTIK (PERUMDA PALD) KOTA BANJARMASIN	225
<b>Irpansyah, Dahniar</b>	
KEPEMIMPINAN BERORIENTASI TIM: PENDEKATAN BARU UNTUK MEMOTIVASI TENAGA PENJUAL	226
<b>Sri Ayuni, Ken Sudarti, Irfan Rahmana</b>	
PENGARUH KOMPENSASI, PENGAWASAN, DAN DISIPLIN KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA PT. Q	227
<b>Tasya Amelia Wirdiana, Ian Nurpatricia Suryawan</b>	
ANALISIS PENINGKATAN KINERJA SUMBER DAYA MANUSIA DENGAN ATESEDEN KEPEMIMPINAN TRANSFORMASIONAL, MOTIVASI BERPRESTASI DAN KOMITMEN ORGANISASIONAL	228
<b>Marno Nugroho, Jaka Prakasa</b>	
PENGARUH GAYA KEPEMIMPINAN TRANSFORMASIONAL, KUALITAS LEADER-MEMBER EXCHANGE DAN IKLIM ORGANISASI TERHADAP KEPUASAN KERJA PEGAWAI PADA DINAS KEHUTANAN PROVINSI SUMATERA UTARA	229
<b>Stepanie Gabriella Tarigan Sibero, Anton A.P. Sinaga, Winarto</b>	

ANALISIS INDIKATOR YANG MEMPENGARUHI KOMITMEN TERHADAP ORGANISASI KETUA BUMDESA DI KABUPATEN BOGOR <b>Herman</b>	230
Pengaruh Spiritualitas di Tempat Kerja dan Religiositas Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Kasus Karyawan Badan Amil Zakat Nasional Provinsi Jawa Barat) <b>Yunizar, Fajar Ario Wicaksono</b>	231
MENCAPAI PUNCAK ADALAH HARAPAN TETAPI PENDAKIAN PENUH TANTANGAN (STUDI KASUS MANAJEMEN KARIR & KOMITMEN KARIR DOSEN) <b>Aditya Afnan Wicaksono, Trias Setiawati</b>	232
PENINGKATAN KINERJA KARYAWAN HOTEL BERDASARKAN KOMPETENSI, KECERDASAN EMOSIONAL, WORKLIFE BALANCE, DAN MOTIVASI <b>Arga Sutrisna, Suci Putri Lestari, Ari Arisman</b>	233
DETERMINASI MOTIVASI SPIRITUAL DAN DISIPLIN KERJA TERHADAP KINERJA PEGAWAI PADA KANTOR KEMENTERIAN AGAMA KABUPATEN TOLITOLI <b>Fiansi, Mirayanti, Fitriyah Astri, Trisna</b>	234
ANALISIS LINGKUNGAN KERJA DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN KERJA KARYAWAN <b>Abdul Fidayan</b>	235
THE EFFECTS OF SERVANT LEADERSHIP AND ETHICAL LEADERSHIP ON SATISFACTION WITH SUPERVISOR <b>Zakhyadi Ariffin, Yeni Fajariyanti</b>	236
PERAN FINANCIAL SELF-EFICACY, SOCIAL ECONOMIC STATUS, PRODUKTIVITAS KERJA DAN LOCUS OF CONTROL SEBAGAI FAKTOR INTERVENING TERHADAP KUALITAS SUMBER DAYA MANUSIA PADA TENAGA KERJA INDUSTRI KECIL DI PROVINSI SUMATERA UTARA <b>RASMULIA SEMBIRING, ELSA BUTAR-BUTAR</b>	237
PENGARUH KEADILAN ORGANISASI, BUDAYA ORGANISASI DAN KUALITAS KEHIDUPAN KERJA TERHADAP KOMITMEN ORGANISASI PADA KARYAWAN PT ASAM JAWA LABUHAN BATU SELATAN <b>Sahat Parulian Remus Silalahi, Jon Henri Purba</b>	238
PENGARUH DISIPLIN KERJA, LINGKUNGAN KERJA DAN PEMBERIAN INSENTIF TERHADAP KOMITMEN ORGANISASIONAL PADA TAMAN SIMALEM RESORT KABUPATEN TANAH KARO <b>Samuel Lubis, Sondang N.B Marbun, Tiur Rajagukguk</b>	239
PENGARUH KUALITAS KEHIDUPAN KERJA DAN KOMPETENSI TERHADAP KOMITMEN ORGANISASIONAL PEGAWAI NEGERI SIPIL <b>Kristanty MN Nadapdap</b>	240
ANALISIS WORK FROM HOME, MASA KERJA, KOMITMEN DAN DISIPLIN KERJA TERHADAP EFEKTIVITAS KERJA PADA PT. ASRIPOWER MEDAN <b>Robinhot Gultom, Elperida J. Sinurat</b>	241
PERAN DOSEN MEMBANGUN SDM UNGGUL (SUATU KAJIAN KONSEPTUAL) <b>Mislan Sihite</b>	242



PENGARUH GAYA KEPEMIMPINAN DEMOKRATIS, BUDAYA ORGANISASI DAN KEPUASAN KERJA TERHADAP KOMITMEN ORGANISASI PADA PEGAWAI NEGERI SIPIL DI DINAS KETENAGAKERJAAN PROVINSI SUMATERA UTARA	243
<b>Madeline Olbatri BR. Sinurat, Elperida Sinurat, Maludin Panjaitan</b>	
PENGARUH MOTIVASI KERJA DAN EMPLOYEE ENGAGEMENT TERHADAP KINERJA PEGAWAI APARATUR SIPIL NEGARA DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA	244
<b>Helena Natasha Tampubolon, Agustini Dyah Respati</b>	
DIMENSIONAL PERILAKU KEPEMIMPINAN MELAYANI DALAM MENINGKATKAN KINERJA DI DALAM PERAN, DENGAN KETERLIBATAN KERJA SEBAGAI MEDIASI	245
<b>Roby Sambung, Eka Mulyaningrum, Medianson, Santika Novelya</b>	
MITIGASI TERJADINYA WORKPLACE BULLYING DENGAN PENINGKATAN KESADARAN AKAN DAMPAK NEGATIF YANG DITIMBULKANNYA PADA PERILAKU KARYAWAN	246
<b>Andriyani, M. Ilmawan Rafif W</b>	
STUDI FENOMENOLOGI MENGENAI MOTIVASI KEIKUTSERTAAN DALAM PROGRAM SUKARELAWAN LUAR NEGERI	247
<b>Mirwan Surya Perdhana, Karina Meuthia Nailazahwa</b>	
ANALISIS ANTESEDEN VARIABEL INTRAPRENEURSHIP BEHAVIOR PADA DOSEN PERGURUAN TINGGI SWASTA DI YOGYAKARTA	248
<b>Arief Darmawan, Maisaroh</b>	
DAMPAK LINGKUNGAN KERJA DAN KOMPENSASI TERHADAP KINERJA KARYAWAN DI PT. JONGKA INDONESIA	249
<b>Shalazandyan Kresna Jumelano, Andriyastuti Suratman</b>	
PENGARUH KARAKTERISTIK PEKERJAAN, INSENTIF, DUKUNGAN ORGANISASI DAN DUKUNGAN SUPERVISOR TERHADAP EMPLOYEE ENGAGEMENT (STUDI PADA PERUSAHAAN PENDIDIKAN DAN GALANGAN KAPAL) DI BANJARMASIN	250
<b>Akhid Yulianto</b>	
JOB INSECURITY, KOMPENSASI FINANSIAL DAN KEPUASAN KERJA SEBAGAI ANTESEDEN TURNOVER INTENTION KARYAWAN	251
<b>Noranita Syahwina, Meiske Claudia</b>	
PENGARUH KOMPENSASI TERHADAP PRODUKTIVITAS KARYAWAN PADA PT. MANDALA FINANCE SOPPENG	252
<b>Andi Adawiah</b>	
PENGARUH MOTIVASI TERHADAP PRODUKTIVITAS KERJA KARYAWAN PADA TOKO BOMBAY TEKSTIL SOPPENG	253
<b>Asmini</b>	
FAKTOR PENDORONG TERJADINYA KESEIMBANGAN KEHIDUPAN KERJA PADA KARYAWAN HOTEL	254
<b>Ambar Kusuma Astuti</b>	
PENGARUH MOTIVASI, SELF-EFFICACY DAN KEPUASAN KERJA TERHADAP KINERJA PEGAWAI BANK BRI UNIT GIANYAR	255
<b>I Gusti Agung Made Intan Laksmi, I Gusti Ayu Dewi Adnyani</b>	
ANALISIS DAMPAK BEBAN KERJA DAN GAJI TERHADAP KINERJA KARYAWAN TENAGA SUKARELA RUMAH SAKIT : PERSPEKTIF POTENSI KECURANGAN YANG TERJADI	256
<b>Ahmad Hijri Alfian, Ma Irfan Rahmana, Nafisatul Latifah</b>	

ANALISIS PENGARUH JOB INSECURITY DAN JOB STRESS TERHADAP TURNOVER INTENTION DENGAN KOMITMEN ORGANISASI SEBAGAI VARIABEL PEMEDIASI	257
<b>Abdurrahman Rasyid, Fereshti Nurdiana Dihan</b>	
PENGARUH JOB SATISFACTION TERHADAP CREATIVITY BEHAVIORS, AFFECTIVE ORGANIZATIONAL COMMITMENT, DAN NORMATIVE ORGANIZATIONAL COMMITMENT PADA KARYAWAN PERUSAHAAN DISTRIBUSI TRAFONON PEMERINTAH TERBESAR DI INDONESIA	258
<b>Farhan El Sa'ady, Deasy Aseanty</b>	
SPIRITUAL DI TEMPAT KERJA, KOMITMEN ORGANISASI DAN KEINGINAN UNTUK MENINGGALKAN ORGANISASI NIRLABA DI JAWA TIMUR	259
<b>Tri Siwi Agustina, Aris Setyowati</b>	
PENGARUH GAYA KEPEMIMPINAN, MOTIVASI DAN DISIPLIN KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN	260
<b>Syntia Angelina Hutabarat, Hedwigis Esti Riwayati</b>	
MEKANISME PERILAKU KEWARGAAN ORGANISASIONAL DENGAN KOMITMEN ORGANISASIONAL SEBAGAI PEMEDIASI	261
<b>Vini Wiratno Putri, Amilia Listyaningrum, Sri Wartini</b>	
PRAKTIK MSDM BERBASIS PENGETAHUAN DAN HUMAN CAPITAL DI PERBANKAN SYARIAH: REALITAS DAN EKSPEKTASI DARI PERSPEKTIF KARYAWAN	262
<b>Tri Wikaningrum</b>	
PENGARUH KOMPENSASI, MOTIVASI, DAN LINGKUNGAN KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA PERUSAHAAN MEUBEL ROTTAN JATI JAYA	263
<b>Pipit Puji Pratiwi, I Gusti Bagus Honor Satrya</b>	
MENGELOLA STRES KERJA APARATUR PEMERINTAH MELALUI KEPERIBADIAN TIPE A DAN PERAN	264
<b>Gendut Sukarno, Eko Purwanto</b>	
PENGARUH SERVANT LEADERSHIP DAN IKLIM ORGANISASI TERHADAP ORGANIZATIONAL CITIZENSHIP BEHAVIOR DIMEDIASI OLEH JOB SATISFACTION	265
<b>Sri Wiyati Mahrani, Nurwati, Salma Saleh, Samdin, Endro Sukotjo, Muslimin</b>	
KONFLIK KERJA, BEBAN KERJA DAN LINGKUNGAN KERJA TERHADAP TURNOVER KARYAWAN BKPSDM KOTA MALANG	266
<b>Titi Puspitasari, N. Rachma, Khalikussabir</b>	
THE BENEFITS OF INVESTMENT IN CHARACTER-BUILDING PROGRAM FOR UNIVERSITY STUDENTS IN INDONESIA	267
<b>Alldila Nadhira Ayu Setyaning</b>	
PENGARUH KEPEMIMPINAN ETIS DAN KEPERCAYAAN PADA PIMPINAN TERHADAP KEPEMIMPINAN EFEKTIF DAN KREATIVITAS	268
<b>Abdul Rahman Saleh, Rusman Emba, Sapril, Muhammad Rajulan, Rosmawati</b>	
APLIKASI KNOWLEDGE HIDING, HOARDING, COLLECTION DAN DONATION: STUDI KASUS PADA UMKM DI SURABAYA	269
<b>Elsye Tandelilin, Siti Mujanah</b>	

PENGARUH KEPEMIMPINAN TRANSFORMASIONAL, KOMITMEN ORGANISASI TERHADAP KEPUASAN KERJA DI MEDIASI OLEH KEPERCAYAAN PADA PIMPINAN DAN DUKUNGAN PIMPINAN	270
<b>Sunita firdayana, La Ismed, Hayami, Evi Risnawati Samad, Cintya, Rahmatia, Alfian Toar</b>	
PERAN PRAKTIK MANAJEMEN SDM PADA KINERJA ORGANISASI MELALUI KNOWLEDGE CREATION DAN BUDAYA ORGANISASI PADA NEW NORMAL	271
<b>Faizal Susilo Hadi, Sri Wartini</b>	
ADAKAH HUBUNGAN ANTARA PERSON ORGANIZATION FIT DAN QUALITY WORK OF LIFE PADA KOMITMEN ORGANISASIONAL PADA GENERASI Z ?	272
<b>Ahyar Yuniawan, Eldes Willy Filatrovi</b>	
PENGARUH MOTIVASI KERJA DAN LINGKUNGAN KERJA MELALUI DISIPLIN KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN PT. DOLPHIN PUTRA SEJATI SUKOHARJO	273
<b>Istiatin, Fithri Setya Mawarni, Ari Susanti</b>	
PENGARUH SHARED LEADERSHIP TERHADAP TEAM PERFORMANCE YANG DIMEDIASI OLEH TRUST PADA STUDENT UNION JURUSAN INTERNATIONAL BUSINESS MANAGEMENT DI UNIVERSITAS CIPUTRA	274
<b>Carolina Novi mustikarini, Lycia Nafisi</b>	
PENGARUH WORK-FAMILY CONFLICT DAN WORK OVERLOAD TERHADAP JOB PERFORMANCE: BURNOUT SEBAGAI VARIABEL INTERVENING	275
<b>Nur Ajizah, Majang Palupi</b>	
PENGARUH KEPERCAYAAN (TRUST), MEDIA SOSIAL DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E- WOM) TERHADAP PARTISIPASI PELANGGAN E-COMMERCE : STUDI PADA PELANGGAN E-COMMERCE DI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MUSLIM INDONESIA	276
<b>St.Sukmawati.S</b>	
MEMBANGUN RESILIENSI UMKM MELALUI PERAN DIGITALISASI DAN PRAKTEK SUMBER DAYA MANUSIA (STUDI KASUS PADA UMKM KAMPUNG SINGKONG SALATIGA)	277
<b>Yanuar Surya Putra, Ambar Istiyani, Uswatun Khasanah</b>	
MENINGKATKAN KINERJA AKADEMIK MAHASISWA MELALUI PENGGUNAAN TEKNOLOGI INFORMASI	278
<b>Elperida Juniarni Sinurat, Robinhot Gultom</b>	
PERAN PERCEIVED ORGANIZATION SUPPORT DALAM MEMEDIASI PENGARUH ANTARA RELIGIUSITAS TERHADAP INTRAPRENEURSHIP BEHAVIOR PADA DOSEN PERGURUAN TINGGI SWASTA DI YOGYAKARTA	279
<b>Maisaroh, Arief Darmawan</b>	
PENGARUH MODAL USAHA, TINGKAT PENDIDIKAN DAN KARAKTERISTIK WIRAUSAHA TERHADAP PERKEMBANGAN USAHA MIKRO DI KAMPUNG SEREH DISTRIK SENTANI KABUPATEN JAYAPURA	280
<b>Suratini, Alfrida Karuway, Abdul Rasyid</b>	
COMPETENCE-BASED SUSTAINABLE COMPETITIVE ADVANTAGE DALAM PERSPEKTIF STUDI EMPIRIS	281
<b>Rini Rahmawati, Asrid Juniar, Setijo Adi</b>	
PERAN DIGITAL SKILL DAN E-READINESS TERHADAP DIGITAL TRANSFORMATION PADA UMKM JAWA TENGAH	282
<b>Diah Ayu Kusumawati, Pungky Lela Saputri</b>	

STRATEGI PENGEMBANGAN KOMPETENSI SUMBER DAYA MANUSIA PARIWISATA BERBASIS WISATA HALAL UNTUK MENINGKATKAN PAD KABUPATEN BANGKALAN	283
<b>Faidal, Mudji Kuswinarno</b>	
PENERAPAN ADVERSITY QUOTIENT GUNA MENCERMATI DAYA JUANG MAHASISWA DI PERGURUAN TINGGI	284
<b>Ratna Widiastuti</b>	
PENGARUH SISTEM MUTU PENJAMIN MUTU INTERNAL (SPMI) TERHADAP MUTU PENDIDIKAN DENGAN INOVASI KINERJA ORGANISASI SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (STUDI PADA TATA KELOLA PERGURUAN TINGGI SWASTA DI KALIMANTAN SELATAN)	285
<b>Maya Rezeki Angriani, Humaidi, Ray Melvin Resubun, Nazwa Syifa</b>	
BERTAHAN DI TENGAH PANDEMI COVID-19: STUDI ATAS PELAKU USAHA MIKRO INFORMAL DI KOTA BANDUNG, JAWA BARAT INDONESIA	286
<b>Hilmiana, Kurniawan Saefullah</b>	
MULTI-STAKEHOLDER PARTNERSHIP SOCIAL DAN HUMAN RESOURCES, ENVIRONMENTAL, ECONOMIC DAN SUSTAINABLE BUSINESS SMART ISLAND DI KEPULAUAN SERIBU	287
<b>Elistia Elistia, Rojuaniah</b>	
MENYIRAT JALA KEDAULATAN PENDIDIKAN TINGGI DALAM KERANGKA MERDEKA BELAJAR – KAMPUS MERDEKA	288
<b>Agung Widhi Kurniawan, Zarah Puspitaningtyas</b>	
The Relationship between Organization Culture with Knowledge Management and Learning Organization : A Systematic Literature Review	289
<b>Muhammad Rifqi Arviansyah, Mery Citra Sondari</b>	

#### **TOPIK 4 : MANAJEMEN KEWIRAUSAHAAN, MANAJEMEN UKM & INOVASI BISNIS**

IMPLEMENTASI MODEL 7 TOP KEWIRAUSAHAAN PADA UMKM DI MASA PANDEMI	290
<b>L.A Wibowo, T.A Koeswandi, Y.M Hidayat</b>	
KEBERLANGSUNGAN USAHA COFFEE SHOP DI KOTA MALANG DITINJAU DARI ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN INOVASI DALAM MENGHADAPI PANDEMI COVID-19	291
<b>Bayu Ilham Pradana, Ema Zahra Firdaus</b>	
ANALISIS SISTEM INOVASI USAHA SEBAGAI UPAYA PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) PASCA PANDEMI COVID 19	292
<b>Hasrul, Dion Achmad Armadi, Eka Patra</b>	
PENGEMBANGAN PLATFORM DIGITAL EXPORTGO UNTUK AKSELERASI EKSPOR USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) DI JAWA BARAT	293
<b>Dina Sartika, Yunizar, Dika Jatnika, Meinanda Kurniawan, Wardhana, Arie Widyastuti, Ponirin Sugito</b>	

EKSPLORASI KEMANDIRIAN INDUSTRI KECIL MENENGAH PADA SENTRA USAHA IKM – STUDI PADA IKM FESYEN DAN KRIYA	294
<b>Muhammad Setiawan Kusmulyono, Agus W. Seohadi, Faizal Ahmad</b>	
PENGARUH PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN PADA HUBUNGAN ANTARA ELEMEN-ELEMEN TPB DAN NIAT BERWIRAUSAHA DI BIDANG STUDI YANG BERBEDA	295
<b>Sisnuhadi</b>	
ENTREPRENEURSHIP RESILIENCE AND SOCIAL LEARNING OF ALBERT BANDURA ON SWAMP BUFFALO BREEDERS IN HULU SUNGAI UTARA	296
<b>Abdurrahman Sadikin</b>	
APLIKASI PENDEKATAN PSIKOLOGIS DALAM MENENTUKAN NIAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA	297
<b>I Gde Ketut Warmika, I Gst. A. Kt. Gd. Suasana</b>	
PENGARUH KREATIFITAS, MINAT BERWIRAUSAHA, DAN INOVASI MASYARAKAT DESA TERHADAP KEMAKMURAN EKONOMI ( STUDI KASUS DESA BEBEL KEC. WIRADESA KAB. PEKALONGAN )	298
<b>Chalimah, Siti Yunitarini, Pijar Brilianto Bustaman</b>	
PENGARUH GREEN INNOVATION TERHADAP KINERJA INOVASI DAN KEUNGGULAN KOMPETITIF YANG DI MEDIASI OLEH MANAGERIAL ENVIRONMENTAL CONCERN (STUDI EMPIRIS PADA UMKM BATIK DI YOGYAKARTA)	299
<b>Nada Erinta Forensia Puspasari, Siti Nursyamsiah</b>	
IS SELF-REGULATION MODERATE ENTREPRENEURIAL BEHAVIOR ? AS EVIDENT BY INDONESIAN STUDENTS	300
<b>Danes Jaya Negara, Akhmadi, Laden Mering, Zakhyadi Ariffin, Denny Bellindo Perdana Kalimantan, Jonathan Giovani</b>	
KAJIAN TENTANG INOVASI MAHASISWA DAN DAMPAKNYA TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA	301
<b>Ika Suhartanti Darmo</b>	
ANALISIS KEBIJAKAN PENGEMBANGAN DAN STRATEGI KEWIRAUSAHAAN PEMUDA	302
<b>Hamzah, Suhendi</b>	
MENINGKATKAN KREATIVITAS MASYARAKAT DENGAN MENGOLAH POTENSI DAERAH MENJADI PRODUK UNGGULAN DI KOTA SIAK SRI INDRAPURA	303
<b>Jumiati Sasmita</b>	
KEUNGGULAN BERSAING UMKM SASIRANGAN : PERSPEKTIF INOVASI PRODUK DAN DIGITAL MARKETING	304
<b>Irma Safitri Katuuk, Anna Nur Faidah, Ahmad Rifani, M Zainal Abidin</b>	
ANALISIS HALAL LOGO CERTIFICATION, ATTITUDE, SUBJECTIVE NORMS, DAN PERCEIVED BEHAVIORAL CONTROL TERHADAP WILLINGNESS TO PAY MELALUI RELIGIOUS BELIEFS PADA PRODUK BAKSO	305
<b>Hanny Nurlatifah, Qonita Nissa Febriani, Shohibul Imam, Aisyah Tiar Arshad</b>	
ANALISIS MANAJEMEN RANTAI NILAI PERTOKOAN CAHAYA BUMI SLAMET (CBS) MARTAPURA	306
<b>Akhmad Supriyanto, Abdul Hadi, Nasrudin, A. Yuga Prasetyo</b>	

PENERAPAN SMART VILLAGE UNTUK PENINGKATAN PELAYANAN MASYARAKAT DAN PENINGKATAN PENDAPATAN BUMDES DI PEKON SUKANEGERI JAYA KECAMATAN TALANG PADANG KABUPATEN TANGGAMUS PROVINSI LAMPUNG <b>Auliya Rahman Isnain, Dedi Darwis, M Agung Saputra, Lia Febria Lina</b>	307
FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KINERJA KEUANGAN CAFFEE SHOPS DI MALANG <b>Andarwati</b>	308
LITERASI KEUANGAN DAN KINERJA UMKM: MODEL MEDIASI INKLUSI KEUANGAN YANG DIMODERASI PENGGUNAAN KEUANGAN DIGITAL <b>Atang Hermawan, Ardi Gunardi, Erik Syawal Alghifari, Lira Mustika Sari</b>	309
ANALYSIS OF INFORMATION SYSTEM IMPLEMENTATION, COMPENSATION AND RELIABILITY OF INTERNAL CONTROL TO THE FINANCIAL FRAUD PREVENTION <b>Tifa Noer Amelia, Rio Samara, Jan Vemly</b>	310
KNOWLEDGE TRANSFER DAN KINERJA KARYAWAN UMKM KULINER DI KOTA BANDUNG <b>Wa Ode Zusnita Muizu, Umi Kaltum, Sifa Azzahra, Dara Sagita Triski</b>	311
UPAYA MENUJU DIGITAL TRANSFORMATION MELALUI ORGANIZATIONAL AGILITY, KNOWLEDGE MANAGEMENT CAPABILITY, DAN STRATEGIC FLEXIBILITY <b>Arizqi</b>	312
ANALISIS PENGARUH KAPABILITAS DINAMIS, MODEL BISNIS, DAN INOVASI KEBERLANJUTAN TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN YANG DIMEDIASI OLEH KEUNGGULAN KOMPETITIF (PERUSAHAAN MANUFAKTUR DI INDONESIA) <b>Yohanes</b>	313
STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA SABLON DENGAN MENGGUNAKAN ANALISIS KUALITATIF <b>Rachmatullaily Tinakartika Rinda, Agung Wibowo, Ayu Windaningsih, Hannisa Rahmaniar Hasnin, Iswandi Sukartaatmaja</b>	314
FAKTOR SUKSES KRITIS BISNIS PENGELOLA TEAM PROFESIONAL E-SPORTS <b>Ningky Sasanti Munir</b>	315
RANCANG BANGUN MANAJEMEN PEMBELAJARAN AKSARA JAWA UNTUK SEKOLAH DASAR MENGGUNAKAN METODE DESIGN SPRINT <b>Heribertus Himawan, Yohan Wismantoro, Diko Aldi Prayudho</b>	316

## TOPIK 5 : MANAJEMEN OPERASI DAN RANTAI PASOK

IDENTIFIKASI WASTE PADA PROSES PRODUKSI TEH DENGAN METODE VALUE STREAM MAPPING DAN USULAN PERBAIKANNYA <b>G. Gading Alfi Aulia, Febriana Wurjaningrum</b>	317
BATIK PRODUCTION PROCESS OPTIMIZATION: A CASE STUDY <b>Aftoni Sutanto, Alia Ariesanti, Rintan Nuzul Ain, Purwoko, Abdul Choliq Hidayat</b>	318

LOGISTICS PREPAREDNESS FOR ENCOUNTERING TSUNAMI DISASTER ON EAST JAVA'S SOUTH COAST: A HUMANITARIAN LOGISTICS PERSPECTIVE <b>Nisa Aslam Budiarum, Indrianawati Usman, Mochammad Thanthowy Syamsuddin</b>	319
PERAN SUPPLY CHAIN AGILITY DALAM MEMEDIASI PENGARUH INNOVATION CAPABILITY DAN ABSORPTIVE CAPACITY TERHADAP COMPETITIVE ADVANTAGE <b>Dessy Isfianadewi</b>	320
E-SERVICE QUALITY, E-SATISFACTION DAN E-LOYALTY TRANSPORTASI (ONLINE) <b>Umi Kaltum, Rakhmaliani Syafira, Wa Ode Zusnita</b>	321
PENGARUH LOGISTICS SERVICE QUALITY TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION PADA JALUR NUGRAHA EKA KURIR (JNE) DI INDONESIA <b>Meyvi Priscilia David, Siti Rahayu, Antonius Budhiman Setyawan</b>	322
FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI DRIVER FATIGUE PADA KURIR LAST-MILE DELIVERY <b>Mushonnifun Faiz Sugihartanto, Haris Sholeh Riyanto, Imam Baihaqi, Dewie Saktya Ardiantono, Gogor Arif Handiwibowo, Tatang Ahmad Taufik, Sri Yuyu Ninglasari</b>	323
FINANCIAL ALIGNMENT SEBAGAI VARIABEL MODERATING DALAM HUBUNGAN ANTARA TRUST DAN SUPPLY CHAIN FINANCE <b>Lisa Kartikasari</b>	324
PERAN FLEKSIBILITAS DAN KELINCAHAN RANTAI PASOKAN DALAM MENINGKATKAN KINERJA UKM <b>Firman Agum Gunawan, Baziedy Aditya Darmawan</b>	325

## TOPIK 6 : OTHER MANAGEMENT RESEARCH & PARIWISATA

WISATA HALAL : SUATU TINJAUAN DARI EFEK RELIGIUSITAS WISATAWAN MUSLIM <b>Martaleni, Satya Ramadhany Djawas, Ferdian Hendrasto, S.B.P.Handhajani</b>	326
DETERMINAN KEPATUHAN WAJIB PAJAK ORANG PRIBADI DI KOTA TANGERANG <b>Aurelia Putri Hadi Atmaja, Rian Sumarta</b>	327
FAKTOR-FAKTOR YANG BERPENGARUH TERHADAP MINAT MEMILIH BAKAL CALON BUPATI KUNINGAN <b>Agus Aribowo, Yusuf Osman Raihin, Anny Nurbasari, Sabrina Wissen</b>	328
ISLAMIC LEADERSHIP DAN BUDAYA RELIGIUSITAS TERHADAP KINERJA KARYAWAN MELALUI KEPUASAN KERJA KARYAWAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PT. BANK SYARIAH INDONESIA <b>Iga Ade Mirela, Rois Arifin, Mohammad Rizal, Harun Al Rasyid</b>	329
MANAJEMEN STRATEGI DAKWAH WALISONGO DI WILAYAH PULAU JAWA <b>Ibdalsyah, Amir Tengku Ramly, Rahmat Rosyadi</b>	330

STRATEGI PENCAPAIAN SDGS KESEHATAN DITENGAH PANDEMI COVID 19 <b>Rosida P. Adam, Husna, Suardi, Rosandi, Firda Putri Pertiwi</b>	331
PERAN PEMANGKU KEPENTINGAN PARIWISATA LOKAL DI DESA WISATA KETAPANRAME: FROM ZERO TO HERO <b>Veny Megawati</b>	332
ANALISIS PERENCANAAN STRATEGIS DALAM PENENTUAN KAWASAN USAHA TERNAK SAPI DI KABUPATEN BLITAR <b>Rofiaty, Sumarni S, Putu Irma</b>	333
PEMANFAATAN BARANG MILIK DAERAH DAN PENGARUHNYA TERHADAP PENDAPATAN ASLI DAERAH <b>Annisa Syafitrah Sakeh, Nur Diana, M. Cholid Maward</b>	334
PERILAKU KECURANGAN AKADEMIK MAHASISWA DALAM PEMBELAJARAN DARING DI MASA PANDEMI COVID-19 <b>Erina Sasmita Arjuni, Nur Diana, M. Cholid Mawardi, Dewi Diah Fakhriyyah</b>	335
PEMAHAMAN, MOTIVASI DAN SIKAP TERHADAP MINAT MAHASISWA MENEMPUH PENDIDIKAN PROFESI CHARTERED ACCOUNTANT (CA) PADA MAHASISWA AKUNTANSI FEB UNISMA <b>Fitri Andarin, Junaidi, Arista Fauzi Kartikasari</b>	336
PENGARUH DAYA SAING HARGA DAN INDEKS KEBAHAGIAAN DALAM MENINGKATKAN INDEKS DAYA SAING PERJALANAN DAN WISATA DI ASEAN <b>Benny Budiawan Tjandrasa</b>	337
DECISION ANALYSIS OF TOURIST VISITING PEKALONGAN "WORLD'S CITY OF BATIK" <b>Danang Satrio, Handi Tigfar Pangestu</b>	338
KEPUASAN WISATAWAN DESTINASI KLASIK KRATON DAN BENTENG VAN DEN BURGH <b>Umi Murtini, Purnawan Hardiyanto</b>	339



## PARALLEL SESSION

### SESI 1. BALLROOM 1-PATRA JASA HOTEL

**Topik** : Kewirausahaan Dan Manajemen UKM  
**Jumlah Artikel** : 18  
**Pukul** : 13.00 – 14.30 WITA  
**Chairperson** : Dr. Christimulia Purnama Trimurti, SE., SH., MM.  
**Durasi Presentasi** : 5 menit/presenter  
**Coffee Break** : 14.30 – 15.00 WITA

No	Reg_Id	Article_Title	Riset	Author 1
1	REG-220360	ANALISIS PENGARUH KAPABILITAS DINAMIS, MODEL BISNIS, DAN INOVASI KEBERLANJUTAN TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN YANG DIMEDIASI OLEH KEUNGGULAN KOMPETITIF (PERUSAHAAN MANUFAKTUR DI INDONESIA)	Business Innovation	Yohanes
2	REG-220021	FAKTOR SUKSES KRITIS BISNIS PENGELOLA TEAM PROFESIONAL E-SPORT	Business Innovation	NINGKY SASANTI MUNIR
3	REG-221070	Pengaruh Green Innovation terhadap Kinerja Inovasi dan Keunggulan Kompetitif yang di mediasi oleh Managerial Environmental Concern (Studi Empiris pada UMKM Batik di Yogyakarta)	Business Innovation	Siti Nursyamsiah
4	REG-221060	Analisa dampak e-service quality terhadap kepuasan generasi Z akan shopping day promotion	E-Commerce	Adhika Putra Wicaksono
5	REG-221109	Analisis pengaruh social media marketing instagram shopee terhadap brand loyalty dengan customer engagement sebagai variabel intervening (Studi pada Pengguna Shopee Mahasiswa Aktif Universitas Diponegoro Angkatan 2018-2021)	E-Commerce	Josephine Rachelia Meruvishnu
6	REG-220130	Implementasi model 7 TOP kewirausahaan pada UMKM di masa pandemi	Kewirausahaan dan Manajemen UKM	LILI ADI WIBOWO
7	REG-220499	Analisis Kebijakan Pengembangan dan Strategi Kewirausahaan Pemuda	Kewirausahaan dan Manajemen UKM	Hamzah

8	<b>REG-220652</b>	ANALISIS SISTEM INOVASI USAHA SEBAGAI UPAYA PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) PASCA PANDEMI COVID 19	Kewirausahaan dan Manajemen UKM	HASRUL
9	<b>REG-220688</b>	Analisis Halal Logo Certification, Attitude, Subjective Norms, dan Perceived Behavioral Control Terhadap Willingness to Pay Melalui Religious Beliefs Pada Produk Bakso	Kewirausahaan dan Manajemen UKM	HANNY NURLATIFAH
10	<b>REG-220701</b>	Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan pada Hubungan antara Elemen-elemen TPB dan Niat Berwirausaha di Bidang Studi yang Berbeda	Kewirausahaan dan Manajemen UKM	SISNUHADI
11	<b>REG-220884</b>	Aplikasi Pendekatan Psikologis Dalam Menentukan Niat Berwirausaha Mahasiswa	Kewirausahaan dan Manajemen UKM	I Gst. A. Kt. Gd. Suasana
12	<b>REG-221219</b>	Kajian Tentang Inovasi Mahasiswa Dan Dampaknya Terhadap Minat Berwirausaha	Kewirausahaan dan Manajemen UKM	IKA SUHARTANTI DARMO
13	<b>REG-221164</b>	Is self-regulation moderate Entrepreneurial Behavior? As evident by Indonesian students	Kewirausahaan dan Manajemen UKM	DANES JAYA NEGARA
14	<b>REG-220167</b>	KEBERLANGSUNGAN USAHA COFFEE SHOP DI KOTA MALANG DITINJAU DARI ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN INOVASI DALAM MENGHADAPI PANDEMI COVID-19	Kewirausahaan dan Manajemen UKM	BAYU ILHAM PRADANA
15	<b>REG-220418</b>	Strategi Pengembangan Usaha Sablon Dengan Menggunakan Analisis Kualitatif	Kewirausahaan dan Manajemen UKM	RACHMATULLAILY TINAKARTIKA RINDA
16	<b>REG-220526</b>	Knowledge Transfer dan Kinerja UMKM Kuliner di Kota Bandung	Kewirausahaan dan Manajemen UKM	WA ODE ZUSNITA MUIZU
17	<b>REG-220672</b>	Pengembangan Platform Digital ExportGo untuk Akselerasi Ekspor Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Jawa Barat	Kewirausahaan dan Manajemen UKM	Dina Sartika
18	<b>REG-220687</b>	Keunggulan Bersaing UMKM Sasirangan : Perspektif Inovasi Produk dan Digital Marketing	Kewirausahaan dan Manajemen UKM	Irma Safitri Katuuk

**SESI 2. BALLROOM 1-PATRA JASA HOTEL**

**Topik** : **Kewirausahaan & Manajemen UKM, Manajemen Operasi Dan Rantai Pasok**  
**Jumlah Artikel** : **18**  
**Pukul** : **15.00 – 16.30 WITA**  
**Chairperson** : **Dr. Christimulia Purnama Trimurti, SE., SH., MM.**  
**Durasi Presentasi** : **5 menit/presenter**

No	Reg_Id	Article_Title	Riset	Author 1
1	REG-220693	Eksplorasi Kemandirian Industri Kecil Menengah pada Sentra Usaha IKM – Studi Pada IKM Fesyen Dan Kriya	Kewirausahaan dan Manajemen UKM	MUHAMMAD SETIAWAN KUSMULYONO
2	REG-220709	ENTREPRENEURSHIP RESILIENCE AND SOCIAL LEARNING OF ALBERT BANDURA ON SWAMP BUFFALO BREEDERS IN HULU SUNGAI UTARA	Kewirausahaan dan Manajemen UKM	ABDURRAHMAN SADIKIN
3	REG-220825	Peran Muslim Life Style dan Minat Berwirausaha pada Pembentukan Santripreneurs	Kewirausahaan dan Manajemen UKM	HASTIN UMI ANISAH
4	REG-220888	ANALISIS MANAJEMEN RANTAI NILAI PERTOKOAN CAHAYA BUMI SLAMET (CBS) MARTAPURA	Kewirausahaan dan Manajemen UKM	AKHMAD SUPRIYANTO
5	REG-220901	PENGARUH KREATIFITAS, MINAT BERWIRUSAHA, DAN INOVASI MASYARAKAT DESA TERHADAP KEMAKMURAN EKONOMI (Studi Kasus Desa Bebel Kec. Wiradesa Kab. Pekalongan)	Kewirausahaan dan Manajemen UKM	CHALIMAH
6	REG-221047	Pendanaan Bootstrap untuk Mendorong Sustainability Bisnis Pada UKM Pengolahan Kerupuk Ikan Haruan di Lahan Basah Kalimantan Selatan	Kewirausahaan dan Manajemen UKM	WIDYARFENDHI
7	REG-221088	UPAYA MENUJU DIGITAL TRANSFORMATION MELALUI ORGANIZATIONAL AGILITY, KNOWLEDGE MANAGEMENT CAPABILITY, DAN STRATEGIC FLEXIBILITY	Kewirausahaan dan Manajemen UKM	ARIZQI
8	REG-220683	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kinerja Keuangan Caffee Shops di Malang	Kewirausahaan dan Manajemen UKM	ANDARWATI
9	REG-220562	MENINGKATKAN KREATIVITAS MASYARAKAT DENGAN MENGOLAH POTENSI DAERAH MENJADI PRODUK UNGGULAN DI KOTA SIAK SRI INDRAPURA	Kewirausahaan dan Manajemen UKM	JUMIATI SASMITA
10	REG-220605	E-SERVICE QUALITY, E-SATISFACTION DAN E-LOYALTY TRANSPORTASI ONLINE	Manajemen Operasi dan Rantai Pasok	UMI KALTUM
11	REG-220663	Financial Alignment Sebagai Variabel Moderating dalam Hubungan Antara Trust dan Supply Chain Finance	Manajemen Operasi dan Rantai Pasok	Lisa Kartikasari

<b>12</b>	<b>REG-220694</b>	Batik Production Process Optimization: A Case Study	Manajemen Operasi dan Rantai Pasok	AFTONI SUTANTO
<b>13</b>	<b>REG-220951</b>	PERENCANAAN PRODUKSI AGREGAT PRODUK TEDUNG BALI	Manajemen Operasi dan Rantai Pasok	NI KETUT PURNAWATI
<b>14</b>	<b>REG-220567</b>	IDENTIFIKASI WASTE PADA PROSES PRODUKSI TEH DENGAN METODE VALUE STREAM MAPPING DAN USULAN PERBAIKANNYA	Manajemen Operasi dan Rantai Pasok	G. Gading Alfi Aulia
<b>15</b>	<b>REG-220794</b>	Peran Fleksibilitas dan Kelincahan Rantai Pasokan dalam Meningkatkan Kinerja UKM	Manajemen Operasi dan Rantai Pasok	FIRMAN AGUM GUNAWAN
<b>16</b>	<b>REG-221086</b>	Logistics preparedness for encountering tsunami disaster on East Java's south coast: a humanitarian logistics perspective	Manajemen Operasi dan Rantai Pasok	Nisa Aslam Budiarum
<b>17</b>	<b>REG-221257</b>	Pengaruh logistics service quality terhadap customer satisfaction pada Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) di Indonesia	Manajemen Operasi dan Rantai Pasok	Meyvi Priscilia David
<b>18</b>	<b>REG-220810</b>	Peran supply chain agility dalam memediasi pengaruh innovation capability dan absorptive capacity terhadap competitive advantage	Manajemen Operasi dan Rantai Pasok	DESSY ISFIANADEWI

## SESI 1. BALLROOM 2-PATRA JASA HOTEL

**Topik** : Manajemen Keuangan  
**Jumlah Artikel** : 18  
**Pukul** : 13.00 – 14.30 WITA  
**Chairperson** : IWK Teja Sukmana, SE., MM  
**Durasi Presentasi** : 5 menit/presenter  
**Coffee Break** : 14.30 – 15.00 WITA

No	Reg_Id	Article_Title	Riset	Author 1
1	REG-220421	Liquidity Risk and Credit Risk on Bank Stability: Evidence from Regional Development Bank in Indonesia	Manajemen Keuangan	FELISITAS DEFUNG
2	REG-220404	FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI FINANCIAL DISTRESS PADA PERUSAHAAN SEKTOR ANEKA INDUSTRI	Manajemen Keuangan	SARAH PUTRIANZA HARAHAP
3	REG-220565	Apakah Karakteristik Internal Mempengaruhi Nilai Perusahaan ?	Manajemen Keuangan	KETTY NOVELINA TARIGAN
4	REG-220556	Performance of Indonesia Islamic Equity Indexes amid COVID-19 Pandemic	Manajemen Keuangan	BURHANUDDIN
5	REG-220403	Determinants of Capital Structure: Property and Real Estate Companies (IDX)	Manajemen Keuangan	Clarisa Sutana
6	REG-220554	FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEBIJAKAN HUTANG SEKTOR PROPERTY, REAL ESTATE DAN BUILDING CONSTRUCTION	Manajemen Keuangan	EKKY ROWY PRASETYO
7	REG-220682	Pengaruh Love of Money dan Machiavellian terhadap Persepsi Etis Mahasiswa Akuntansi	Manajemen Keuangan	ASTUTI YULI SETYANI
8	REG-220560	Analisis Pengaruh Faktor Keuangan dan Non Keuangan Terhadap Peringkat Obligasi	Manajemen Keuangan	LAYYINATURROBANIYAH
9	REG-221043	Financial Stress dan Risk Preference: Perspektif Perilaku Pelaku UMKM Kerupuk di Kabupaten Kendal Jawa Tengah	Manajemen Keuangan	Wahyu Setiawan
10	REG-221165	Dampak Mekanisme Good Corporate Governance terhadap Kinerja Keuangan Bank di Indonesia	Manajemen Keuangan	HARI SUKARNO

<b>11</b>	<b>REG-220157</b>	Pengaruh Financial Self Efficacy dan Technological Self Efficacy Terhadap Fintech Continuance Intention Yang Dimediasi Perceived Benefit dan Perceived Risk (Studi Pada Pengguna Platform Fintech)	Manajemen Keuangan	Sumiati
<b>12</b>	<b>REG-220316</b>	The Role of Director Characteristic on Accounting Conservatism: Systematic Literature Review	Manajemen Keuangan	muhammad saiful hakim
<b>13</b>	<b>REG-220380</b>	FINANCIAL MANAGEMENT BEHAVIOUR BAGI BURUH WANITA PADA PERUSAHAAN GARMEN DI SEMARANG, JAWA TENGAH	Manajemen Keuangan	MUTAMIMAH
<b>14</b>	<b>REG-220381</b>	PERAN LITERASI KEUANGAN DALAM MEMODERASI PENGARUH FINTECH DAN INKLUSI KEUANGAN TERHADAP KINERJA KEUANGAN	Manajemen Keuangan	KHANSA SHABIHAH
<b>15</b>	<b>REG-220242</b>	ANALISIS ECONOMIC VALUE ADDED (EVA) DAN MARKET VALUE ADDED (MVA) SEBAGAI ALAT UKUR KINERJA KEUANGAN PT. MADUSARI MURNI INDAH TBK PERIODE 2018-2020	Manajemen Keuangan	MUHAMMAD HAEKAL YUNUS
<b>16</b>	<b>REG-220364</b>	CREDIT DISTRIBUTION AND DETERMINING FACTORS STUDY ON CONVENTIONAL BANKS IN INDONESIA	Manajemen Keuangan	SUTRISNO
<b>17</b>	<b>REG-220300</b>	KINERJA REKSADANA SAHAM PERIODE 2019-2020 : TINJAUAN PENENTUAN WAKTU PASAR DAN SUKU BUNGA INDONESIA	Manajemen Keuangan	MUSDALIFAH AZIS
<b>18</b>	<b>REG-220226</b>	Analisis Studi Kelayakan Bisnis Menggunakan Konsep Hamdi's Method	Manajemen Keuangan	HAMDI AGUSTIN

## SESI 2. BALLROOM 2-PATRA JASA HOTEL

**Topik** : Manajemen Keuangan  
**Jumlah Artikel** : 18  
**Pukul** : 15.00 – 16.30 WITA  
**Chairperson** : IWK Teja Sukmana, SE., MM  
**Durasi Presentasi** : 5 menit/presenter

No	Reg_Id	Article_Title	Riset	Author 1
1	REG-220241	ANALISIS POTENSI KEBANGKRUTAN DENGAN METODE ALTMAN Z-SCORE DAN METODE ZMIJEWSKI PADA PT. GARUDA INDONESIA TBK PERIODE 2019-2020	Manajemen Keuangan	RAFIQAH ASAFF
2	REG-220434	Pengaruh Gross Domestic Product, Interest Rate, Return On Assets Dan Loan To Deposit Ratio Terhadap Non Performing Loan Pada Bank Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia	Manajemen Keuangan	WIRASMI WARDHANI
3	REG-220437	FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI AUDIT REPORT LAG DENGAN KANTOR AKUNTAN PUBLIK SEBAGAI VARIABEL MODERATING PADA PERUSAHAAN PERBANKAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2015-2020	Manajemen Keuangan	Adji Suratman
4	REG-220462	RESPON PEMERINTAH TERHADAP COVID DAN KINERJA BANK DI INDONESIA	Manajemen Keuangan	RIZKY YUDARUDDIN
5	REG-220450	Human Financial Advisor vs Robo-Advisor: Peran Financial Literacy, Preferensi Risiko dan Trust	Manajemen Keuangan	Vina Permata Sari
6	REG-220452	Kebijakan Merger dan Akuisisi Terhadap Kesejahteraan Pemegang Saham	Manajemen Keuangan	SULAEMAN RAHMAN NIDAR
7	REG-220470	Pengaruh Asimetri Informasi Terhadap Praktek Manajemen Laba Pada Perusahaan Food And Beverage Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia	Manajemen Keuangan	Munawir
8	REG-220478	Pengaruh Financial Literacy Dan Self Control Terhadap Perilaku Konsumtif Online Shopping Mahasiswa Di Jabodetabek	Manajemen Keuangan	PRATOMO YUDHI
9	REG-220504	PENGARUH JUMLAH KASUS, KEPANIKAN, KEBIJAKAN PEMBATAAN SOSIAL COVID-19 TERHADAP VOLATILITAS IHSG	Manajemen Keuangan	IKHSAN NOOR PRIAMBUDI

<b>10</b>	<b>REG-220522</b>	Faktor Pembentuk Stock Return dan Return On Equity Rumah Sakit Terbuka di Indonesia Periode Tahun 2018 -2020	Manajemen Keuangan	RATNA KOMARA
<b>11</b>	<b>REG-220415</b>	PERAN RISIKO BISNIS TERHADAP PROFITABILITAS DAN NILAI PERUSAHAAN DENGAN STRUKTUR MODAL SEBAGAI MEDIATOR (STUDY PADA PERUSAHAAN SEKTOR TRANSPORTASI YANG TERDAFTAR DI BEI TAHUN 2016-2020)	Manajemen Keuangan	DHARMAYANTI PRI HANDINI
<b>12</b>	<b>REG-220550</b>	Kebijakan deviden, Pertumbuhan perusahaan, Ukuran Perusahaan, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Properti yang terdaftar pada BEI 2016-2019)	Manajemen Keuangan	Ramlawati
<b>13</b>	<b>REG-220608</b>	Pengaruh Literasi Keuangan dan Inklusi Keuangan Terhadap Keberlanjutan Usaha UMKM di Kota Makassar	Manajemen Keuangan	BUDIANDRIANI
<b>14</b>	<b>REG-220619</b>	THE IMPACT OF QUICK RATIO, DEBT TO EQUITY RATIO, FIRM SIZE, AND COVID-19 TOWARD RETURN ON EQUITY: A CASE STUDY OF TOURISM, RESTAURANT, AND HOTEL COMPANY LISTED ON INDONESIA STOCK EXCHANGE (IDX)	Manajemen Keuangan	JUSTINA ADE JUDIARNI
<b>15</b>	<b>REG-220628</b>	Development of Sukuk Rating and Price Sukuk: Impact of Financial Disclosure Quality	Manajemen Keuangan	NUNUNG GHONIYAH
<b>16</b>	<b>REG-220629</b>	PENINGKATAN KINERJA UMKM BERBASIS RELIGIOUS RISK TOLERANCE DAN FINANCIAL CAPABILITY	Manajemen Keuangan	Sri Hartono
<b>17</b>	<b>REG-220601</b>	PENGGUNAAN SISTEM ACTIVITY BASED COSTING (ABC) DALAM MENENTUKAN BIAYA KULIAH DI PROGRAM STUDI UNIVERSITAS XYZ	Manajemen Keuangan	ASEP MAKSUM
<b>18</b>	<b>REG-220655</b>	Pengaruh Likuiditas, Leverage, Profitabilitas, dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan dengan Kebijakan Deviden sebagai Variabel Moderasi	Manajemen Keuangan	Sary Laili Azmi



**SESI 1. BALLROOM 3 -PATRA JASA HOTEL**

**Topik** : **Manajemen Keuangan**  
**Jumlah Artikel** : **18**  
**Pukul** : **13.00 – 14.30 WITA**  
**Chairperson** : **Dr. Gilbert Nainggolan, S.S., MM**  
**Durasi Presentasi** : **5 menit/presenter**  
**Coffee Break** : **14.30 – 15.00 WITA**

No	Reg_Id	Article_Title	Riset	Author 1
1	REG-220666	PERAN MODERASI FLEKSIBILITAS KEUANGAN PADA PENGARUH PEMBIAYAAN MODAL KERJA TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN	Manajemen Keuangan	YATAZYA MUZAMIL
2	REG-220669	Model Geometric Brownian Motion dan Ukuran Risiko untuk Analisis Saham di Bursa Efek Indonesia (Studi Kasus: Saham Blue Chip Syariah dan Konvensional Tahun 2022)	Manajemen Keuangan	Hersugondo
3	REG-220678	PENGARUH VOLUME PERDAGANGAN SAHAM, LEVERAGE, DAN KEBIJAKAN DIVIDEN TERHADAP VOLATILITAS HARGA SAHAM	Manajemen Keuangan	Arih Jannati
4	REG-220690	Pengaruh skor ESG terhadap kinerja perusahaan - Studi perbandingan pada sektor keuangan dan non-keuangan di Indonesia	Manajemen Keuangan	ALDIAN NOOR
5	REG-220697	Faktor Yang Memengaruhi Investment Opportunity Set	Manajemen Keuangan	M. SIENLY VERONICA
6	REG-220700	LITERASI INVESTASI BAGI MAHASISWA UNIVERSITAS MAHENDRADATTA DI ERA DIGITAL	Manajemen Keuangan	PUTRI ANGGRENI
7	REG-220716	NILAI PERUSAHAAN : DAMPAK DARI GOOD CORPORATE GOVERNANCE, KEBIJAKAN HUTANG DAN KEBIJAKAN DIVIDEN	Manajemen Keuangan	SUFI JIKRILLAH
8	REG-220735	Meningkatkan Kesejahteraan Pemegang Saham melalui Kebijakan Dividen Berkomitmen Pertumbuhan Perusahaan	Manajemen Keuangan	Jeudi Agustina Taman Parulian Sianturi
9	REG-220729	Pengaruh Indonesia Original Brands (IOB) terhadap Return on Asset (ROA) pada Perusahaan yang Dipublikasikan BEI	Manajemen Keuangan	INSIWIJATI PRASETYANINGSIH

<b>10</b>	<b>REG-220736</b>	MINAT GENERASI MILENIAL UNTUK BERINVESTASI SUMBER DAYA ALAM DI PAPUA MELALUI TEKNOLOGI FINTECH	Manajemen Keuangan	ENTAR SUTISMAN
<b>11</b>	<b>REG-220746</b>	PENGUJIAN FAMA FRENCH FIVE FACTOR MODEL TERHADAP EXCESS RETURN PADA SAHAM LQ-45 PERIODE 2018-2021	Manajemen Keuangan	CHAIDIR
<b>12</b>	<b>REG-220784</b>	LITERASI INVESTASI BAGI MAHASISWA UNIVERSITAS MAHENDRADATTA DI ERA DIGITAL	Manajemen Keuangan	PUTRI ANGGRENI
<b>13</b>	<b>REG-220788</b>	Pengaruh Modal Investasi Minimal, Return, dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Di Aplikasi Ajaib Sekuritas (Studi Kasus Pada Mahasiswa Aktif S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan Bandung yang Sudah Menggunakan Aplikasi Ajaib Sekuritas yang Terdaftar Pada Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2021)	Manajemen Keuangan	Muhammad Miraz Rezaldy
<b>14</b>	<b>REG-220811</b>	DAMPAK PEMEKARAN 5 WILAYAH TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI ASLI PAPUA DAN INOVASI MANAJEMEN INVESTASI DALAM PERSPEKTIF EKONOMI DIGITAL PAPUA	Manajemen Keuangan	YANA AMELIANA YUNUS
<b>15</b>	<b>REG-220822</b>	Peran Peer to Peer (P2P) Lending untuk Mendukung Gerakan UMKM Go Digital	Manajemen Keuangan	KHOIRINA NOOR ANINDYA
<b>16</b>	<b>REG-220824</b>	PENGARUH GOOD CORPORATE GOVERNANCE TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN STOCK RETURNS DAN FINANCIAL PERFORMANCE SEBAGAI VARIABEL MEDIASI	Manajemen Keuangan	Josephine Marshella
<b>17</b>	<b>REG-220603</b>	PENGARUH INVESTMENT OPPORTUNITY SET, FREE CASH FLOW, LEVERAGE, DAN LIKUIDITAS TERHADAP KEBIJAKAN DIVIDEN PADA PERUSAHAAN LQ-45 YANG TERDAFTAR DI BEI	Manajemen Keuangan	Bella Dian Fadtami
<b>18</b>	<b>REG-220768</b>	KINERJA SAHAM SEKTOR CONSUMER CYCLICAL PADA DUA KEPRESIDENAN TERAKHIR DI INDONESIA	Manajemen Keuangan	ERNA GARNIA

**SESI 2. BALLROOM 3 -PATRA JASA HOTEL**

**Topik** : **Manajemen Keuangan**  
**Jumlah Artikel** : **18**  
**Pukul** : **15.00 – 16.30 WITA**  
**Chairperson** : **Dr. Gilbert Nainggolan, S.S., MM**  
**Durasi Presentasi** : **5 menit/presenter**

No	Reg_Id	Article_Title	Riset	Author 1
1	REG-220875	Analisis Aktivitas Off-Balance Sheet (OBS) Bank dan Market Discipline Hypothesis: Size Constraint dan Persepsi Non-linear Risiko Sistematis pada Bank Kapitalisasi Kecil	Manajemen Keuangan	ELOK PAKARYANINGSIH
2	REG-220881	THE IMPLEMENTATION OF THE OPTION-BASED RISK MANAGEMENT APPROACH TO ACHIEVE STARTUP SUSTAINABILITY: AN ASSESSMENT FROM FIVE VENTURE CAPITALISTS IN INDONESIA	Manajemen Keuangan	ARIF SINGAPURWOKO
3	REG-220915	Pengaruh Perceived Risk, Perceived Benefit terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Produk dan Jasa Bank Syariah dengan Ihsan Intention Behavior sebagai Variabel Moderating	Manajemen Keuangan	BEDJO SANTOSO
4	REG-220925	Analisis Kinerja Keuangan Koperasi Karyawan Pdam “Macinnong” Kabupaten Soppeng	Manajemen Keuangan	SUKMA AINI
5	REG-220946	Pengaruh Faktor Demografi Dan Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Investasi Saham	Manajemen Keuangan	Maria Virginia Nggadas
6	REG-220956	PENGARUH PROFITABILITAS, LIKUIDITAS, CAPITAL INTENSITY DAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP AGRESIVITAS PAJAK	Manajemen Keuangan	Muhammad Ridhwansyah Pasolo
7	REG-220183	APAKAH RISIKO DETERMINAN BAGI KINERJA BANK PERKREDITAN RAKYAT?	Manajemen Keuangan	Mychelia Champaca
8	REG-220750	Portofolio dan Return Saham : Likuiditas, Solvabilitas, dan Profitabilitas	Manajemen Keuangan	Riries Angelishita

<b>9</b>	<b>REG-220749</b>	PENGARUH RASIO PROFITABILITAS DAN RASIO PASAR TERHADAP RETURN DAN RISIKO SAHAM	Manajemen Keuangan	Salvina Valariessa Mayda
<b>10</b>	<b>REG-220862</b>	Portofolio Optimal dan Kinerja Perusahaan di Masa Pandemi	Manajemen Keuangan	Anggun Larasati
<b>11</b>	<b>REG-220863</b>	Pengaruh Rasio Solvabilitas dan Profitabilitas terhadap Risiko dan Imbal Hasil Saham dengan Produk Domestik Bruto sebagai Variabel Moderasi	Manajemen Keuangan	ESTER MULYANI SIMANJUNTAK
<b>12</b>	<b>REG-220967</b>	A Model in Evaluate the Implementation of Islamic Financial Planning of the Youth	Manajemen Keuangan	Farikha Amilahaq
<b>13</b>	<b>REG-220911</b>	HUBUNGAN KAUSALITAS ANTARA PASAR SAHAM INDONESIA DAN SINGAPURA SERTA PENGARUH FAKTOR MAKROEKONOMI, HARGA MINYAK DUNIA, DAN HARGA EMAS DUNIA	Manajemen Keuangan	Hanif Ahmadi
<b>14</b>	<b>REG-221002</b>	Penyaluran pembiayaan dan pengaruhnya terhadap NPF bank syariah	Manajemen Keuangan	PUNGKY LELA SAPUTRI
<b>15</b>	<b>REG-220936</b>	Perilaku Investor Dalam Pengambilan Keputusan Investasi Berisiko	Manajemen Keuangan	NI PUTU AYU DARMAYANTI
<b>16</b>	<b>REG-221032</b>	Kinerja Relatif Pasar Saham Syariah, Pasar Saham Konvensional dan Pasar Mata Uang Kripto Selama Pandemi Covid-19	Manajemen Keuangan	Rafiadhi Prawirayudha Gunawan
<b>17</b>	<b>REG-221035</b>	Good Corporate Governance Dalam Meningkatkan Kinerja BUM Desa Munji, Kecamatan Kadungora, Kabupaten Garut, Provinsi Jawa Barat	Manajemen Keuangan	Ellen Rusliati
<b>18</b>	<b>REG-221037</b>	RENCANA ALIH TANAM USAHA TANI DI DESA BUKTI KECAMATAN KUBUTAMBAHAN BULELENG	Manajemen Keuangan	Kastawan Mandala
<b>19</b>	<b>REG-220240</b>	CORPORATE GOVERNANCE MECHANISM, LEVERAGE, FREE CASH FLOWS AND FIRM VALUE (STUDI PADA PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR PADA INDEKS SAHAM SYARIAH)	Manajemen Keuangan	Himmiyatul Amanah Jiwa Juwita

## SESI 1. BALLROOM 4 -PATRA JASA HOTEL

**Topik** : **Manajemen Keuangan Dan Manajemen Pemasaran**  
**Jumlah Artikel** : **20**  
**Pukul** : **13.00 – 14.30 WITA**  
**Chairperson** : **I Ketut Sirna, S.H., MM**  
**Durasi Presentasi** : **5 menit/presenter**  
**Coffee Break** : **14.30 – 15.00 WITA**

No	Reg_Id	Article_Title	Riset	Author 1
1	REG-221038	PENGARUH BI 7-DAY REVERSE REPO RATE TERHADAP PROFITABILITAS DAN PERMODALAN PERBANKAN DI INDONESIA	Manajemen Keuangan	LUH GEDE SRI ARTINI
2	REG-221045	Analisis Return Saham Sebelum dan Setelah Hari Libur Islam (Studi Empiris Pada Sektor Industri Barang Konsumsi Bursa Efek Indonesia)	Manajemen Keuangan	Ridha Taurisma Lajaria
3	REG-221048	PERAN INSENTIF PAJAK DALAM MEMODERASI KESADARAN PAJAK DAN SANKSI PAJAK TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK	Manajemen Keuangan	YANA ERMAWATI
4	REG-221049	Inflasi Sebagai Pemoderasi Pengaruh antara Kinerja Keuangan dengan Return Saham	Manajemen Keuangan	REDAWATI
5	REG-221050	Moderasi ESG Risk pada keputusan investasi terhadap return saham	Manajemen Keuangan	DONI STIADI
6	REG-221076	Pengaruh Keputusan Investasi dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sub Sektor Telekomunikasi Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia	Manajemen Keuangan	YULIARTI REZEKI
7	REG-221081	Model Perilaku Investor Individu: Personaliti MBTI, Literasi Keuangan, Portofolio Optimal, Literasi Emisi Karbon, dan Kinerja Posistif	Manajemen Keuangan	Elizabeth Lucky Maretha Sitinjak
8	REG-221091	Peran Green Investment pada Kinerja Lingkungan dan Keuangan Perusahaan	Manajemen Keuangan	NI NYOMAN AYU DIANTINI
9	REG-220162	Pengaruh Leverage Keuangan dan Investasi Diharapkan Terhadap Return Saham Dimediasi oleh Profitabilitas	Manajemen Keuangan	NUR KHUSNIYAH INDRAWATI

<b>10</b>	<b>REG-221167</b>	Peran ESG dalam memoderasi pengaruh kinerja keuangan perusahaan terhadap nilai perusahaan. Studi pada perusahaan manufaktur yang listing di BEI	Manajemen Keuangan	Dr. Irene Rini Demi Pangestuti, ME
<b>11</b>	<b>REG-221184</b>	Kepemilikan Pemerintah, Kebijakan Dividen, Leverage dan Kinerja Perusahaan : Studi Empiris Pada BUMN di Indonesia	Manajemen Keuangan	Fatlina Zainuddin
<b>12</b>	<b>REG-220878</b>	Profitabilitas dan Struktur Modal Dinamis Perusahaan: Sebuah Sintesa dan Evaluasi Terhadap Teori dan Hasil Empiris	Manajemen Keuangan	RISNA WIJAYANTI
<b>13</b>	<b>REG-221125</b>	Antecedents of Company Leverage in the Indonesian and Thailand Stock Exchange	Manajemen Keuangan	Liliana Inggrit Wijaya
<b>14</b>	<b>REG-221266</b>	Systemic risk in a direct operation of multinational bank (MNB): study on DBS subsidiaries in 2012-2021	Manajemen Keuangan	Hilya Ramadhania Siyauqi Maudah
<b>15</b>	<b>REG-221183</b>	PERAN INKLUSI KEUANGAN DAN PANDEMI COVID-19 TERHADAP HUBUNGAN ANTARA DIGITALISASI PERBANKAN DAN STABILITAS BANK	Manajemen Keuangan	PUPUT TRI KOMALASARI
<b>16</b>	<b>REG-221277</b>	ATRIBUT CORPORATE GOVERNANCE DAN RISIKO TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN BIAYA AGENSI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING	Manajemen Keuangan	Dian Iman Saputra
<b>17</b>	<b>REG-221083</b>	ANALISIS KEUANGAN DALAM MENGGAMBARAKAN HARGA SAHAM DI BURSA EFEK INDONESIA PADA PT. BANK CENTRA ASIA, TBK	Manajemen Keuangan	I WAYAN KANDI WIJAYA
<b>18</b>	<b>REG-221169</b>	Peran Ekonomi Makro dan Rasio Keuangan Terhadap Prediksi Financial Distress Perusahaan Sektor Farmasi, Telekomunikasi, Hotel dan Restoran, Kesehatan, serta Lembaga Pembiayaan: Evaluasi Dampak Pandemi COVID-19 di Indonesia	Manajemen Keuangan	RATIH KUSUMAWARDHANI
<b>19</b>	<b>REG-22/16</b>	PERAN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT DALAM MEMEDIASI PENGARUH TEMPAT DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ( Studi Pada CV. Bali Kita Kita )	Manajemen Keuangan	I Ketut Subawa

20	<b>REG-22/17</b>	PERAN CUSTOMER SATISFACTION DAN TRUST MEMEDIASI PENGARUH E-SERVICE QUALITY DAN RECIPROCITY TERHADAP REPURCHASE INTENTION	Manajemen Keuangan	PUTU AYU TRISNA FEBRIANTY
----	------------------	--	--------------------	---------------------------

## SESI 2. BALLROOM 4-PATRA JASA HOTEL

**Topik** : Manajemen Keuangan, Tourism & Hospitality Dan Manajemen Pemasaran  
**Jumlah Artikel** : 20  
**Pukul** : 15.00 – 16.30 WITA  
**Chairperson** : I Ketut Sirna, S.H., MM  
**Durasi Presentasi** : 5 menit/presenter

No	Reg_Id	Article_Title	Riset	Author 1
1	REG-220377	Analysis of the CANSLIM Method in the Non-Cyclical Consumption Sector during the Covid-19 Period on the Indonesia Stock Exchange (IDX) on the Indonesian Sharia Stock Index (ISSI)	Manajemen Keuangan	DADAN RAMDHAN
2	REG-220724	Modal Sosial, Literasi Keuangan dan Inklusi Keuangan Terhadap Kinerja Bisnis Pada Usaha Kecil Menengah Di Malang Raya	Manajemen Keuangan	Siti Aisjah
3	REG-220821	Penerapan tanggung jawab sosial dan risiko kebangkrutan perusahaan	Manajemen Keuangan	Fahnisa Rizqi Anggraini
4	REG-220785	Portofolio Saham, Solvabilitas, Profitabilitas, Return stand-alone dan Tingkat Suku Bunga sebagai Moderasi	Manajemen Keuangan	Alfonsus Advent Noto Wicaksono
5	REG-221095	PENGARUH ECONOMIC VALUE ADDED, MARKET VALUE ADDED, DAN PENGUNGKAPAN EMISI KARBON TERHADAP RETURN SAHAM	Manajemen Keuangan	Agung Cahyadi
6	REG-221270	STRATEGI MENJAWAB TANTANGAN PASAR UNTUK MENCAPAI PERTUMBUHAN USAHA FINTECH-LENDING	Manajemen Keuangan	ANTONIUS MULYO HARYANTO
7	REG-221275	KASUALITAS PROFITABILITAS DAN STRUKTUR MODAL SERTA DAMPAKNYA PADA NILAI PERUSAHAAN	Manajemen Keuangan	HERSUGONDO
8		ANALISIS TINGKAT KESEHATAN BANK DENGAN METODE RGEC ( <i>RISK PROFILE, GOOD CORPORATE GOVERNANCE, EARNING AND CAPITAL</i> ) PADA BANK UMUM DEvisa PERIODE 2018-2021	Manajemen Keuangan	Marriani Turangan,



9	REG-220905	KEPUASAN WISATAWAN DESTINASI KLASIK KRATON DAN BENTENG VAN DEN BURGH	Tourism & Hospitality	UMI MURTINI
10	REG-220770	DECISION ANALYSIS OF TOURIST VISITING PEKALONGAN "WORLD'S CITY OF BATIK"	Tourism & Hospitality	DANANG SATRIO
11	REG-220924	WISATA HALAL : SUATU TINJAUAN DARI EFEK RELIGIUSITAS WISATAWAN MUSLIM	Tourism & Hospitality	MARTALENI
12	REG-221069	Peran Pemangku Kepentingan Pariwisata Lokal di Desa Wisata Ketapanrame: From Zero to Hero	Tourism & Hospitality	Veny Megawati
13	REG-22/05	Peran Strategi Bisnis dalam Memediasi Pengaruh Persaingan Industri Terhadap Kinerja Bisnis (Studi pada industri tower telekomunikasi di Indonesia)	Manajemen Pemasaran	I Putu Panji Pradipta
14	REG-22/06	Pengaruh Green Marketing dan Corporate Social Responsibility terhadap Keputusan Pembelian yang Dimediasi oleh Brand Image	Manajemen Pemasaran	Ida Ayu Mas Laksmi Dewi
15	REG-22/08	Peran e-marketplace dalam memediasi pengaruh social media promotion dan marketing innovation terhadap kinerja pemasaran	Manajemen Pemasaran	I Made Wirayuda Dinata
16	REG-22/10	Peran E-Trust dan Perceived Value memediasi Pengaruh E-Service Quality terhadap Customer Loyalty (Studi pada Nasabah BCA Mobile Banking di Kota Denpasar)	Manajemen Pemasaran	Made Indira Sari Parthady
17	REG-22/11	Peran kepuasan memediasi pengaruh customer experience dan brand image terhadap repurchase intention	Manajemen Pemasaran	I Made Adi Prabawa
18	REG-22/12	Peran citra destinasi memediasi pengaruh pengalaman wisata dan persepsi wisatawan terhadap niat berkunjung kembali	Manajemen Pemasaran	PUTU RATIH ARGITA DEWI
19	REG-22/13	PERAN BRAND TRUST MEMEDIASI PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING DAN EWOM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KULINER DI BALI (Studi Pada Followers Instagram @Foodbali)	Manajemen Pemasaran	Ni Made Intan Kusumasari
20	REG-22/14	Sikap Sebagai Pemediasi Pengaruh Persepsi Risiko dan Pengetahuan Terhadap Niat Beli Logam Mulia (Studi Pada PT. Pegadaian Cabang Renon)	Manajemen Pemasaran	Kadek Ayu Riza Okaviantari

## SESI 1. BALLROOM 5-PATRA JASA HOTEL

Topik : Manajemen Pemasaran  
Jumlah Artikel : 18  
Pukul : 13.00 – 14.30 WITA  
Chairperson : Dr. I Wayan Ruspindi Junaedi, SE., MA, CMA  
Durasi Presentasi : 5 menit/presenter  
Coffee Break : 14.30-15.00 Wita

No	Reg_Id	Article_Title	Riset	Author 1
1	REG-220114	PERAN RELIGIOUS INTERACTION CAPABILITY DALAM MENINGKATKAN PERCEIVED HOLISTIC VALUE PADA JASA KESEHATAN BERBASIS RELIGI	Manajemen Pemasaran	KEN SUDARTI
2	REG-220414	PENGARUH BRAND IMAGE, PRICE DAN TRUST TERHADAP PURCHASE DECISION PADA SITUS BELANJA ONLINE TOKOPEDIA.COM DI DKI JAKARTA	Manajemen Pemasaran	ARTON BRIYAN PRASETIO
3	REG-220613	Peningkatan Penjualan Melalui Brand Loyalty	Manajemen Pemasaran	Fenny Chandra Tanuwijaya
4	REG-220547	Unsur Unsur Yang Berperan Terhadap Loyalitas Pelanggan	Manajemen Pemasaran	GABRIEL ADINDA VIDYA KUSUMA
5	REG-220164	Pengaruh E-Service Quality dan Customer Perceived Value terhadap Niat Berperilaku Pelanggan GoFood: Peran Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi	Manajemen Pemasaran	Desi Tri Kurniawati
6	REG-220581	FAKTOR YANG MEMPENGARUHI WORD-OF-MOUTH INTENTION PADA PELANGGAN SUSHI TEI DI DKI JAKARTA	Manajemen Pemasaran	MEILAN TOYIBAH HERMANTO
7	REG-220525	Faktor-faktor yang mempengaruhi Co-creation Intention pelanggan dalam Sosial Commerce	Manajemen Pemasaran	Fauzia Shabrina
8	REG-220166	Pengaruh E-Service Quality dan Customer Perceived Value terhadap Niat Berperilaku Pelanggan GoFood: Peran Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi	Manajemen Pemasaran	Desi Tri Kurniawati
9	REG-220607	THE EFFECT OF CUSTOMER EXPERIENCES ON CUSTOMER LOYALTY THROUGH CUSTOMER SATISFACTION ON VISITORS OF THE LEMBANG FLOATING MARKET TOURISM AREA	Manajemen Pemasaran	MARIS AGUNG TRIANDEWO

<b>10</b>	<b>REG-220235</b>	PENGARUH SERVICE QUALITY TERHADAP QUSTOMER SATISFACTION PADA JASA GO-JEK DI KOTA PALOPO	Manajemen Pemasaran	NURJANNAH
<b>11</b>	<b>REG-220321</b>	Arsitektur Strategi Bisnis Dalam meningkatkan Kinerja UKM Kerajinan Rotan Pada Endemi COVID-19 di Kalimantan Tengah	Manajemen Pemasaran	Rinni Wardani
<b>12</b>	<b>REG-220345</b>	Peran kepercayaan pelanggan dalam memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan member melia laundry Palangka Raya	Manajemen Pemasaran	Meitiana
<b>13</b>	<b>REG-220384</b>	PENGARUH BRAND HERITAGE, CORPORATE REPUTATION, DAN CUSTOMER PERCEIVED VALUE TERHADAP BUYING INTENTION (STUDI KASUS PADA BRAND NISSAN DI BANDUNG RAYA)	Manajemen Pemasaran	Timothy Joshua
<b>14</b>	<b>REG-220391</b>	PERAN FINTECH DALAM MENINGKATKAN KINERJA UMKM DENGAN SALES PERFORMANCE OF SMEs SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA MASA PANDEMI COVID 19	Manajemen Pemasaran	Sri Anik
<b>15</b>	<b>REG-220411</b>	BAURAN MEDIA ELEKTRONIK TERHADAP PENINGKATAN KEPESERTAAN BPJS KETENAGAKERJAAN CABANG MAKASSAR	Manajemen Pemasaran	Muhammad Nasir Ruki Al Bugisy
<b>16</b>	<b>REG-220413</b>	E-Service Quality, Brand Image dan Promosi Dampaknya Terhadap Kepuasan Pelanggan	Manajemen Pemasaran	NURSITI
<b>17</b>	<b>REG-220425</b>	PENGARUH PERSONAL SELLING, PERCEIVED VALUE, DAN PUBLIC RELATION TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENGGUNAKAN FASILITAS MOBILE BANKING DI BANK SYARIAH INDONESIA KCP JAKARTA PANGLIMA POLIM 1	Manajemen Pemasaran	YOHANES FERRY CAHAYA
<b>18</b>	<b>REG-220431</b>	DIGITAL MARKETING KOMUNIKASI BERBASIS KEARIFAN LOKAL DI DESA WISATA CIBODAS KABUPATEN BANDUNG BARAT	Manajemen Pemasaran	MUTIA TRI SATYA

## SESI 2. BALLROOM 5-PATRA JASA HOTEL

**Topik** : Manajemen Pemasaran  
**Jumlah Artikel** : 18  
**Pukul** : 15.00 – 16.30 WITA  
**Chairperson** : Dr. I Wayan Ruspindi Junaedi, SE., MA, CMA  
**Durasi Presentasi** : 5 menit/presenter

No	Reg_Id	Article_Title	Riset	Author 1
1	REG-220495	Green Environmental Ethics dan Green Innovation Untuk Mendukung Keunggulan bersaing dan Kinerja Bisnis	Manajemen Pemasaran	MULYANA
2	REG-220388	Meningkatkan Kinerja Pemasaran UMK Kuliner yang Bermitra dengan E-Commerce Melalui Entrepreneurial Marketing	Manajemen Pemasaran	KAMALINA DIN JANNAH
3	REG-220474	PENGARUH CELEBRITY ENDORSEMENT TERHADAP PURCHASE INTENTION DI INSTAGRAM: PUBLISITAS NEGATIF SEBAGAI VARIABEL MODERASI	Manajemen Pemasaran	YANTI AGUSTINA
4	REG-220587	Minat Beli Produk UMKM : Pengaruh dari Kualitas Produk dan Harga	Manajemen Pemasaran	SUCI PUTRI LESTARI
5	REG-220611	Pengaruh Kepercayaan Terhadap Komitmen Pelanggan Dengan Mediator Swiching Cost	Manajemen Pemasaran	Nidia Irmadela
6	REG-220272	PENGARUH KUALITAS WEBSITE, KEPERCAYAAN DAN PERSEPSI RISIKO MENGGUNAKAN E-COMMERCE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PENGGUNA LAZADA	Manajemen Pemasaran	ASNAWATI
7	REG-220276	PENGARUH SIKAP, NORMA SUBJEKTIF, PERSEPSI KONTROL PERILAKU DAN RELIGIOSITAS TERHADAP MINAT BERINVESTASI PADA PASAR MODAL SYARIAH	Manajemen Pemasaran	Felix Azizi
8	REG-220561	Praktik TQM dan Manajemen Pengetahuan dan Efeknya pada Persepsi Nilai Pelanggan: Sebuah Integrasi Model	Manajemen Pemasaran	NI MADE WAHYUNI
9	REG-220592	The role of customer experience, sales promotion, and the quality of mizanstore.com bookstore website in influencing repurchase intetntion	Manajemen Pemasaran	DEDE JAJANG SUYAMAN

<b>10</b>	<b>REG-220616</b>	Strategi Petani Bunga Sedap Malam ( <i>Polianthes Tuberosa</i> ) di Kabupaten Bogor Dalam Menghadapi Pasar di Masa Pandemi Covid 19	Manajemen Pemasaran	HENDRO SASONGKO
<b>11</b>	<b>REG-220639</b>	Anteseden Promosi Pada Singles Day Terhadap Partisipasi Masyarakat Dalam Festival Belanja Online Di Shopee	Manajemen Pemasaran	TAUFIK HIDAYAT
<b>12</b>	<b>REG-220648</b>	MINAT BELI LAYANAN SUBSCRIPTION VIDEO-ON-DEMAND DI KOTA SEMARANG	Manajemen Pemasaran	Sania Aurora Sabilla
<b>13</b>	<b>REG-220662</b>	LIVE STREAMING SEBAGAI VARIABEL MEDIASI DALAM MELIHAT PENGARUH E-WOM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN	Manajemen Pemasaran	NOVITA KUMALA SARI
<b>14</b>	<b>REG-220665</b>	APLIKASI THEORY PLANNED BEHAVIOUR (TPB)	Manajemen Pemasaran	IBNU KHAJAR
<b>15</b>	<b>REG-220638</b>	LOYALTY IN PANDEMIC	Manajemen Pemasaran	NONIK KUSUMA NINGRUM
<b>16</b>	<b>REG-220679</b>	Perbandingan Efektivitas Iklan Healthy Food di Instagram dengan Perbedaan Visual Aesthetics, dan Presentation Modality	Manajemen Pemasaran	SONY KUSUMASONDJAJA
<b>17</b>	<b>REG-220715</b>	Minat e-WOM Wisata Warisan Budaya: Pengaruh Langsung dan tidak Langsung Kualitas Layanan melalui Wisata Pendamping (Destination Attachment)	Manajemen Pemasaran	Yohan Wismantoro
<b>18</b>	<b>REG-220728</b>	FRANCHISE BRAND IMAGE SEBAGAI SOLUSI MENINGKATKAN REPURCHASE INTENTION	Manajemen Pemasaran	NOOR KHOLIS

**SESI 1. GIANYAR Room 6-PATRA JASA HOTEL**

**Topik** : **Manajemen Pemasaran**  
**Jumlah Artikel** : **18**  
**Pukul** : **13.00 – 14.30 WITA**  
**Chairperson** : **Dr. I Nyoman Tingkes**  
**Durasi Presentasi** : **5 menit/presenter**  
**Coffee Break** : **14.30-15.00 WITA**

No	Reg_Id	Article_Title	Riset	Author 1
1	REG-220742	Experiential Marketing, Kepuasan Konsumen dan Niat Beli Ulang pada Ritel Moderen	Manajemen Pemasaran	ANDREAS ARI SUKOCO
2	REG-220743	PENGARUH MEDIA SOSIAL, BRAND INFLUENCER DAN KESADARAN MEREK TERHADAP MINAT BELI DI MARKETPLACE TOKOPEDIA PADA SAAT PASCA PANDEMI COVID-19	Manajemen Pemasaran	JONATHAN HERDIOKO
3	REG-220745	Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Ulasan Online Konsumen dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi terhadap Keputusan Pemesanan Kamar Hotel pada Aplikasi Traveloka	Manajemen Pemasaran	RANTI HERLINA SANDI
4	REG-220757	PENINGKATAN KINERJA BISNIS DENGAN ENTREPRENEUR ORIENTATION, DYNAMIC CAPABILITY DAN INNOVATION PADA WISATA SUSUR SUNGAI, KERENG BANGKIRAI DI KOTA PALANGKA RAYA, KALIMANTAN TENGAH	Manajemen Pemasaran	VIVY KRISTINAE
5	REG-220761	PENINGKATAN REPURCHASE INTENTION MELALUI BRAND AWARENESS, BRAND IMAGE DAN BRAND TRUST PADA TEH BOTOL SOSRO	Manajemen Pemasaran	ALIFAH RATNAWATI
6	REG-220786	Analisis Penentu Kepuasan Konsumen Kedai Kopi Tradisional Ampirono-Kulon Progo	Manajemen Pemasaran	PURWANI RETNO ANDALAS
7	REG-220808	Penerapan Digital Advertising di Era Marketing 4.0: Studi Kasus Perusahaan Eblie Stock Indonesia	Manajemen Pemasaran	LALU ILHAM ARTA BAHARI
8	REG-220817	Penerapan pelayanan prima dan penanganan keluhan pelanggan: Studi pada Bank Muamalat Indonesia	Manajemen Pemasaran	NUGRAHENY NOOR FEBRINA
9	REG-220829	Menumbuhkan Minat Wirausaha pada Industri Kreatif Berbasis Theory of Planned Behavior, dan Proactiveness	Manajemen Pemasaran	SITI ALIYATI ALBUSHAIRI

<b>10</b>	<b>REG-220830</b>	Analisis Pengaruh Keragaman Produk dan Harga Terhadap Keputusan Belanja Online Produk Fashion	Manajemen Pemasaran	RUSNIATI
<b>11</b>	<b>REG-220717</b>	Pengaruh Kualitas Produk, Diskon Harga, dan Store Atmosphere terhadap Pembelian Tidak Terencana Pada Swalayan Metro Medan	Manajemen Pemasaran	Radema Yanti Togatorop
<b>12</b>	<b>REG-220842</b>	JOGJA ISTIMEWA CITY BRAND EXPERIENCE	Manajemen Pemasaran	HENNY WELSA
<b>13</b>	<b>REG-220856</b>	PENGARUH PROMOSI DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN PADA LOYALITAS PENGGUNA FINTECH (LAYANAN TRANSAKSI ONLINE) KOTA JAYAPURA	Manajemen Pemasaran	MOHAMMAD ALDRIN AKBAR
<b>14</b>	<b>REG-220857</b>	KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK DENGAN KUALITAS SEBAGAI VARIABEL MODERASI	Manajemen Pemasaran	ABDUL HARIS M ZEIN
<b>15</b>	<b>REG-220889</b>	IMPLEMENTASI AUGMENTED REALITY (AR) DAN BRAND AWARENESS MENCIPTAKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN	Manajemen Pemasaran	I PUTU DEVA NUGRAHA ARTHA
<b>16</b>	<b>REG-220899</b>	Kualitas dan atmosfer dengan kepuasan sebagai internening terhadap loyalitas pelanggan rumah makan di Yogyakarta	Manajemen Pemasaran	SUMADI
<b>17</b>	<b>REG-220871</b>	Faktor-Faktor Mempengaruhi Behavioral Intention Pada Penggunaan Mobile Payment DANA di Surabaya	Manajemen Pemasaran	REYNOLD
<b>18</b>	<b>REG-220912</b>	PENGARUH GOOD CORPORATE GOVERNANCE TERHADAP KEPUASAN MUZAKKI	Manajemen Pemasaran	Moh Zulfa

**SESI 2. GIANYAR Room 6 -PATRA JASA HOTEL**

**Topik** : **Manajemen Pemasaran**  
**Jumlah Artikel** : **18**  
**Pukul** : **15.00 – 16.30 WITA**  
**Chairperson** : **Dr. I Nyoman Tingkes**  
**Durasi Presentasi** : **5 menit/presenter**

No	Reg_Id	Article_Title	Riset	Author 1
1	REG-220934	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Toko Webe Kabupaten Soppeng	Manajemen Pemasaran	PUJI RAHMAH
2	REG-220935	Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Volume Penjualan Kue Bolu Cukke Usaha Rahmah	Manajemen Pemasaran	ASNIA MINARTI
3	REG-220944	MOTIVASI DAN SIKAP WISATAWAN DOMESTIK UNTUK BERWISATA DI ERA NEW NORMAL	Manajemen Pemasaran	NI KETUT SEMINARI
4	REG-220949	PERAN KARTU KREDIT DAN PROMOSI PENJUALAN DALAM MEMODERASI PENGARUH KUALITAS WEBSITE TERHADAP ONLINE IMPULSIVE BUYING PADA MARKETPLACE SHOPEE (STUDI PADA GENERASI Z DI KOTA DENPASAR)	Manajemen Pemasaran	NOVA WIDYA NINGSIH
5	REG-220515	Analisis Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan PT Semen Baturaja Tbk dengan Citra Merek dan Kepercayaan sebagai Variabel Penjelas	Manajemen Pemasaran	MUJI GUNARTO
6	REG-220913	OPTIMALISASI SELLING PERFORMANCE SALESMAN ASURANSI SYARIAH MELALUI KAFFAH VALUE CO-CREATION CAPABILITY	Manajemen Pemasaran	Bahrain Pasha Irawan
7	REG-220887	PERAN KEUNGGULAN KOMPETITIF MEMEDIASI PENGARUH DAYA TARIK EKOWISATA DAN WISATA SPIRITUAL TERHADAP DAYA SAING PARIWISATA ALTERNATIF DI BALI	Manajemen Pemasaran	NI LUH KETUT AYU SUDHA SUCANDRAWATI



<b>8</b>	<b>REG-220952</b>	Pengaruh Daya Tarik, Keahlian, Konten Informatif, dan Konten Interaktif Influencer terhadap Keinginan untuk Meniru dan Niat Beli	Manajemen Pemasaran	NI MADE WULANDARI KUSUMADEWI
<b>9</b>	<b>REG-220959</b>	PERAN BRAND IMAGE DALAM MEMEDIASI PENGARUH CELEBRITY ENDORSER TERHADAP PURCHASE INTENTION (Studi pada Konsumen Kopi Janji Jiwa di Kota Denpasar)	Manajemen Pemasaran	Dewa Gede Agung Wikrama Aditya Devanagiri
<b>10</b>	<b>REG-220970</b>	Model Boosting Customer Citizenship Behavior	Manajemen Pemasaran	Erma Sri Hastuti
<b>11</b>	<b>REG-220971</b>	Pengaruh Citra Merek dan Perceived Value Terhadap Minat Beli Ulang Pada Kepuasan Konsumen di Indomaret Plus Jember	Manajemen Pemasaran	Diah Yulisetiari
<b>12</b>	<b>REG-221008</b>	PENGARUH CITRA MEREK, WORD OF MOUTH, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA HOTEL BAHALAP, KALIMANTAN TENGAH	Manajemen Pemasaran	Ari Gunawan
<b>13</b>	<b>REG-220937</b>	Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengguna Go- Jek Online Di Kota Malang	Manajemen Pemasaran	Dr. Syaiful Arifin, SE., M.Si
<b>14</b>	<b>REG-221074</b>	Pengaruh Pemindahan Ibu Kota Negara Terhadap Investasi di Kabupaten Tabalong Kalimantan Selatan	Manajemen Pemasaran	DYAH SRI WULANDARI
<b>15</b>	<b>REG-221077</b>	Peran penggunaan media sosial memoderasi pengaruh pendidikan kewirausahaan terhadap niat berwirausaha	Manajemen Pemasaran	I NYOMAN NURCAYA
<b>16</b>	<b>REG-221084</b>	Pengaruh Peran Kebahagiaan Konsumen Terhadap Loyalitas Merek Erigo	Manajemen Pemasaran	Rizky Akbar Nugroho
<b>17</b>	<b>REG-220852</b>	Intention to Pay Zakat and the Selection of Formal Zakat Institutions on Generation Y in Indonesia	Manajemen Pemasaran	ARIEF BUDIMAN
<b>18</b>	<b>REG-221054</b>	POTENSI WISATA HALAL DI BANJARMASIN DAN KABUPATEN BANJAR	Manajemen Pemasaran	RR. YULIANTI PRIHATININGRUM

**SESI 1. JEMBRANA Room 7-PATRA JASA HOTEL**

**Topik** : **Manajemen Pemasaran**  
**Jumlah Artikel** : **20**  
**Pukul** : **13.00 – 14.30 WITA**  
**Chairperson** : **I Gede Nandya Oktora P.S.E., M.BA., CRA., CRP**  
**Durasi Presentasi** : **5 menit/presenter**  
**Coffee Break** : **14.30 – 15.00 WITA**

No	Reg_Id	Article_Title	Riset	Author 1
1	REG-221064	ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS PELANGGAN PADA YAYASAN PENDIDIKAN AN-NAILAH KABUPATEN SOPPENG	Manajemen Pemasaran	MASYADI
2	REG-220440	Anteseden Repurchase Intention: Studi empiris Pada Konsumen Vitamin C Saat Pandemi COVIT-19 di Jakarta	Manajemen Pemasaran	VITA BRILIANA
3	REG-221122	Implementasi Digital Customer Relationship Marketing Pada PT. PLN (Persero) Unit Induk Wilayah Kalimantan Barat	Manajemen Pemasaran	DINA OCTAVIANI
4	REG-220598	Pengaruh Harga, Keamanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Tokopedia Di Jabodetabek	Manajemen Pemasaran	Lanang Andhika Perwira Bayuaji
5	REG-221154	Kepuasan Pelanggan Pada SPBU Pertamina Marifat Di Kradenan Banyuwangi	Manajemen Pemasaran	MUHAMMAD RIDWAN BASALAMAH
6	REG-221156	Daya Tarik, Kepercayaan Dan Keahlian Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening Dampit	Manajemen Pemasaran	BUDI WAHONO
7	REG-221173	Peran Struktur Emosional pada Hubungan Kepuasan terhadap Loyalitas Konsumen Layanan Pesan Antar Makanan	Manajemen Pemasaran	Nahda Aprilia
8	REG-221178	Peran Pelayanan Prima Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Selama Pandemi covid-19 di Kota Palu Provinsi Sulawesi Tengah	Manajemen Pemasaran	Idris Azis
9	REG-221185	Membangun Loyalitas Pelanggan Melalui Image Attributes dan Image Holistic Pada Hotel Berbintang di Kota Palu Pasca Bencana	Manajemen Pemasaran	MASKURI SUTOMO
10	REG-220966	GREEN LOYALTY BRANDING: A SEQUENTIAL APPROACH OF S.O.R THEORY	Manajemen Pemasaran	NONIK KUSUMA NINGRUM

<b>11</b>	<b>REG-221079</b>	PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KUALITAS MAKANAN TERHADAP NIAT PERILAKU KONSUMEN GUBUG MAKAN MANG ENGGING YOGYAKARTA YANG DIMEDIASI KEPUASAN	Manajemen Pemasaran	Sindi Stela Lopita
<b>12</b>	<b>REG-221003</b>	UTAUT Model, Religiosity and Intention to Adopt Mobile Banking Among Indonesian Millennials: Is There Any Linkage?	Manajemen Pemasaran	Kevin Satriani Nusapatuah
<b>13</b>	<b>REG-220948</b>	Pariwisata Kesehatan: Alternatif Pariwisata Unggulan Bali sebagai Peluang Riset	Manajemen Pemasaran	NI WAYAN SRI SUPRAPTI
<b>14</b>	<b>REG-221155</b>	Eco-friendly packaging: Literatur Reviews	Manajemen Pemasaran	Hayuning Purnama Dewi
<b>15</b>	<b>REG-221187</b>	MODEL PENINGKATAN RETENSI NASABAH BERBASIS LAYANAN MOBILE BANKING DAN KUALITAS LAYANAN (Studi Kasus pada BNI KCP Rembang)	Manajemen Pemasaran	Lutfi Nurcholis
<b>16</b>	<b>REG-221258</b>	E-Service Quality dan E-Trust terhadap E- Loyalty dengan E-Satisfaction sebagai variabel intervening	Manajemen Pemasaran	NURUNI IKA K.W.
<b>17</b>	<b>REG-221267</b>	E-CUSTOMER SATISFACTION: PERAN PERILAKU Pencarian Informasi DAN E-SERVQUAL PADA KONSUMEN ONLINE	Manajemen Pemasaran	IRA NURIYA SANTI
<b>18</b>	<b>REG-221115</b>	MINAT BELI DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN : STUDI PADA PENGGUNA SMARTPHONE ASUS ZENFONE MAX PRO (M2) DI KOTA SEMARANG	Manajemen Pemasaran	Albertus Agung Prasetyono
<b>19</b>	<b>REG-22/18</b>	PERAN BRAND IMAGE MEMEDIASI PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING DAN CONTENT MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN	Manajemen Pemasaran	I Putu Agi Pratama
<b>20</b>	<b>REG-22/19</b>	PERAN BRAND TRUST MEMEDIASI PENGARUH PERCEIVED RISK DAN BRAND IMAGE TERHADAP NIAT MENGGUNAKAN DIGITAL BANKING BRI	Manajemen Pemasaran	Hanafi Avika Zadhha

**SESI 2. JEMBRANA Room 7 -PATRA JASA HOTEL**

**Topik** : Manajemen Pemasaran Dan Manajemen SDM  
**Jumlah Artikel** : 20  
**Pukul** : 15.00 – 16.30 WITA  
**Chairperson** : I Gede Nandya Oktora P.S.E., M.BA., CRA., CRP  
**Durasi Presentasi** : 5 menit/presenter

No	Reg_Id	Article_Title	Riset	Author 1
1	REG-221159	Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Niat Penggunaan Kembali E-wallet Dengan Pengembangan Pendekatan UTAUT 2	Manajemen Pemasaran	YENNI PERMATA WINDRI
2	REG-220689	Perceived usefulness dalam Meningkatkan Continuance Intention Mobile Payment: Studi Kasus pada Pengguna Shopeepay di Indonesia	Manajemen Pemasaran	RATIH HURRIYATI
3	REG-221243	Faktor Pendorong Niat Pembelian Fitur In-Game PUBG Mobile Selama Pandemi COVID-19 di Indonesia	Manajemen Pemasaran	MEILIANI
4	REG-221252	Peran Servicescape dan Kepercayaan dalam Membangun Daya Saing Bandara. (Studi Empiris Bandara Soekarno Hatta)	Manajemen Pemasaran	RATNA ROOSTIKA
5	REG-221281	FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MS GLOW FOR MEN: STUDI TERHADAP MAHASISWA UNIBA SURAKARTA PADA TAHUN 2022	Manajemen Pemasaran	FITHRI SETYA MARWATI
6	REG-221034	BRAND EQUITY SABUN KESEHATAN DETTOL DI KOTA PADANG PADA MASA PENDEMI COVID 19	Manajemen Pemasaran	LINDA WATI
7	REG-221075	Investigasi Niat Donasi Hewan Kurban Online	Manajemen Pemasaran	Anisya Rahmadani
8	REG-220563	Pengaruh Celebrity Endoser dan Brand Image terhadap Minat Beli Online Konsumen Shopee	Manajemen Pemasaran	ETY ISTRIANI
9	REG-220602	Media Sosial UMKM: Pemanfaatan Tren Viralitas dan Influencer untuk Kinerja Pemasaran	Manajemen Pemasaran	ERWIN
10	REG-220692	Peran brand love memediasi pengaruh brand experience dan brand trust terhadap brand loyalty	Manajemen Pemasaran	I Putu Aga Darma Winanda
11	REG-220930	Digital Marketing For Small Medium Enterprises in Particular Ulos As Traditional Fabric	Manajemen Pemasaran	ENDANG SULISTYA RINI

<b>12</b>	<b>REG-221145</b>	PENGARUH FOOD QUALITY DAN SERVICE QUALITY TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION DAN DAMPAKNYA PADA CUSTOMER LOYALTY RESTORAN ALL YOU CAN EAT (STUDI PADA RESTORAN KAKKOII SURABAYA)	Manajemen Pemasaran	SAVERO MARCELLO
<b>13</b>	<b>REG-221168</b>	Entrepreneurial Orientation and Business Performance under a competitive pressure	Manajemen Pemasaran	Augusty Tae Ferdinand
<b>14</b>	<b>REG-221294</b>	Daya tarik travel selfie dan niat mengunjungi destinasi wisata: Studi tentang manfaat utilitarian dan hedonik dari travel selfie	Manajemen Pemasaran	ELIA ARDYAN
<b>15</b>	<b>REG-221295</b>	Are Millennials Moving Toward a Green Lifestyle? : The Interrelationship between knowledge, environmental concerns, and perceived customer effectiveness	Manajemen Pemasaran	Diana Sari
<b>16</b>	<b>REG-220160</b>	MAMPUKAH POPULARITAS MEREK MENINGKATKAN KESEDIAAN UNTUK MEMBAYAR PRODUK HIJAU BERHARGA TINGGI? STUDI PADA GENERASI MILENIAL DI INDONESIA	Manajemen Pemasaran	RILA ANGGRAENI
<b>17</b>	<b>REG-22/18</b>	PERAN BRAND IMAGE MEMEDIASI PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING DAN CONTENT MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN	Manajemen Keuangan	I Putu Agi Pratama
<b>18</b>	<b>REG-22/15</b>	Peran Kepuasan Konsumen Memediasi Pengaruh Service Quality Dan Customer Experience Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Penggunaan Aplikasi Tokopedia Di Kota Denpasar	Manajemen Pemasaran	I Wayan Adi Wikantara
<b>19</b>	<b>REG-22/09</b>	Peran Brand Love Memediasi Pengaruh Brand Experience dan Brand Image Terhadap Brand Loyalty (Studi pada konsumen Sepatu Nike di Denpasar)	Manajemen Pemasaran	Dinda Sukma Rangga Wati
<b>20</b>	<b>REG-221358</b>	The Relationship between Organization Culture with Knowledge Management and Learning Organization : A Systematic Literature Review	Manajemen SDM	Muhammad Rifqi Arviansyah

**SESI 1. TABANAN Room 8 -PATRA JASA HOTEL**

**Topik** : Manajemen SDM  
**Jumlah Artikel** : 18  
**Pukul** : 13.00 – 14.30 WITA  
**Chairperson** : Ni Ketut Seminari, S.E., M.Si  
**Durasi Presentasi** : 5 menit/presenter  
**Coffee Break** : 14.30-15.00 WITA

No	Reg_Id	Article_Title	Riset	Author 1
1	REG-220209	THE RELATIONSHIP BETWEEN POLITICAL SKILLS AND NARCISSISTIC LEADERSHIP WITH ORGANIZATIONAL CITIZEN BEHAVIOR (OCB) IS MEDIATED BY LEADER MEMBER EXCHANGE (LMX)	Manajemen SDM	KABUL WAHYU UTOMO
2	REG-220412	Pengaruh Job Embeddedness, Kepuasan Kerja dan Komitmen Organisasi terhadap Turnover Intention Karyawan PT ABC	Manajemen SDM	Audry Risaldy
3	REG-220630	PENGARUH KOMPENSASI, PENGAWASAN, DAN DISIPLIN KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA PT. Q	Manajemen SDM	Tasya Amelia Wirdiana
4	REG-220771	Dampak Lingkungan Kerja dan Kompensasi terhadap Kinerja Karyawan di PT. Jongka Indonesia	Manajemen SDM	Shalazandyan Kresna Jumelano
5	REG-220916	Mediasi Kepuasan Kerja pada Pengaruh Perceived External Prestige Terhadap Workplace Deviant Behavior Karyawan (Studi pada PT. BPR Pedungan)	Manajemen SDM	Ni Luh Dila Diah Paramita
6	REG-220317	Peran Mediasi dari motivasi kerja dan Komitmen Organisasi terhadap Peningkatan Kinerja Adaptif Pegawai Pemerintahan	Manajemen SDM	Abdul Kadir
7	REG-220319	Pengaruh kepuasan kerja terhadap motivasi dan kinerja pegawai pada kantor Bappedalitbang Provinsi Kalimantan Tengah	Manajemen SDM	Laden Mering
8	REG-220322	Peran motivasi kerja dalam memediasi pengaruh lingkungan kerja terhadap kinerja karyawan di kantor yayasan world wide fund for nature (wwf) Indonesia cabang Kalteng	Manajemen SDM	Dewi Widianingsih
9	REG-220324	Dimensional Strategi Sumber Daya Manusia (SSDM) dalam meningkatkan kinerja organisasi Pemerintahan	Manajemen SDM	Yacinda Chresstela Prasyda Norianggono

<b>10</b>	<b>REG-220337</b>	Pengaruh Motivasi dan Disiplin kerja terhadap Kinerja Pegawai Pada PT. PLN (Persero) Wilayah Kalimantan Selatan dan Kalimantan Tengah Area Palangka Raya	Manajemen SDM	Osta Melanno
<b>11</b>	<b>REG-220327</b>	Membangun Resiliensi UMKM Melalui Peran Digitalisasi dan Praktek Sumber Daya Manusia (Studi Kasus Pada UMKM Kampung Singkong Salatiga)	Manajemen SDM	YANUAR SURYA PUTRA
<b>12</b>	<b>REG-220396</b>	Stres Kerja dan Kepuasan Kerja Dampaknya Terhadap Komitmen Organisasi	Manajemen SDM	SOFA YULANDARI
<b>13</b>	<b>REG-220445</b>	Dukungan Rekan Kerja dan Dukungan Supervisor : Dampaknya Terhadap Kelelahan Emosional dan Kepuasan Kerja.	Manajemen SDM	HAFIDZ WIDODO
<b>14</b>	<b>REG-220385</b>	Empowering Leadership dan Kreativitas; Kepercayaan sebagai pemediasi	Manajemen SDM	SUGENG RAHARJO
<b>15</b>	<b>REG-220475</b>	Pengaruh Kompetensi, Motivasi Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Dikantor Dinas Sosial di Kabupaten Pinrang	Manajemen SDM	Arminas
<b>16</b>	<b>REG-220482</b>	JOB SATISFACTION, ORGANIZATIONAL CITIZENSHIP BEHAVIOR, SELF-REGULATION, AND EMPLOYEE PERFORMANCE DURING THE COVID-19	Manajemen SDM	SANTI RIANA DEWI
<b>17</b>	<b>REG-220486</b>	Peran Transfer Pengetahuan Berbasis Digital Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan UMKM di Kota Bandung	Manajemen SDM	JOELIATY
<b>18</b>	<b>REG-220548</b>	MODEL KESIAPAN KERJA DAN MINAT KERJA DI KALANGAN MILENIAL	Manajemen SDM	NURHIDAYATI

**SESI 2. TABANAN Room 8 - PATRA JASA HOTEL**

**Topik** : **Manajemen SDM**  
**Jumlah Artikel** : **18**  
**Pukul** : **15.00 – 16.30 WITA**  
**Chairperson** : **Ni Ketut Seminari, S.E., M.Si**  
**Durasi Presentasi** : **5 menit/presenter**

No	Reg_Id	Article_Title	Riset	Author 1
1	REG-220144	PENGEMBANGAN MODEL COACHING CLINIC UMKM BERBASIS KONSEP PENGEMBANGAN SDM PUMPING HR MODEL	Manajemen SDM	Amir Tengku Ramly
2	REG-220615	Pengaruh Kepuasan Kerja dan Komitmen Organisasional terhadap Organizational Citizenship Behavior pada Perusahaan Umum Daerah Pengelola Air Limbah Domestik (Perumda PALD) Kota Banjarmasin	Manajemen SDM	Irpansyah
3	REG-220621	Kepemimpinan berorientasi tim: Pendekatan baru untuk memotivasi tenaga penjual	Manajemen SDM	Sri Ayuni
4	REG-220464	Pengaruh Reward and Recognition, Organizational Culture, Personal Resources Terhadap Employee Engagement Generasi Y	Manajemen SDM	ZAHRO
5	REG-220510	Personality and Work Attitudes of Millennial Employees In Predicting Job Performance: A Study in A Private Company	Manajemen SDM	YAYAN HADIYAT
6	REG-220589	ANALISIS PENGARUH DUKUNGAN REKAN KERJA, DUKUNGAN SUPERVISOR YANG DIRASAKAN, DAN KEPEMIMPINAN TRANSAKSIONAL TERHADAP KEINGINAN UNTUK PINDAH DENGAN KEPUASAN KERJA SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi pada Karyawan BLU UPTD Trans Semarang)	Manajemen SDM	Novitasari
7	REG-220645	ANALISIS PENINGKATAN KINERJA SUMBER DAYA MANUSIA DENGAN ATESEDEN KEPEMIMPINAN TRANSFORMASIONAL, MOTIVASI BERPRESTASI DAN KOMITMEN ORGANISASIONAL	Manajemen SDM	MARNO NUGROHO



8	<b>REG-220650</b>	ANALISIS INDIKATOR YANG MEMPENGARUHI KOMITMEN TERHADAP ORGANISASI KETUA BUMDESA DI KABUPATEN BOGOR	Manajemen SDM	HERMAN
9	<b>REG-220660</b>	Pengaruh Spiritualitas di Tempat Kerja dan Religiositas Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Kasus Karyawan Badan Amil Zakat Nasional Provinsi Jawa Barat)	Manajemen SDM	Yunizar
10	<b>REG-220667</b>	Pengaruh Kepercayaan (Trust), Media sosial dan Electronic Word of Mouth (e- WOM) Terhadap Partisipasi Pelanggan E-Commerce : Studi pada pelanggan e-commerce di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muslim Indonesia.	Manajemen SDM	ST.SUKMAWATI.S
11	<b>REG-220668</b>	Mencapai puncak adalah harapan tetapi pendakian penuh tantangan (Studi kasus manajemen karir & komitmen karir dosen)	Manajemen SDM	Aditya Anfan Wicaksono
12	<b>REG-220681</b>	Peningkatan Kinerja Karyawan Hotel Berdasarkan Kompetensi, Kecerdasan Emosional, Worklife Balance, dan Motivasi	Manajemen SDM	ARGA SUTRISNA
13	<b>REG-220704</b>	ANALISIS LINGKUNGAN KERJA DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN KERJA KARYAWAN	Manajemen SDM	ABDUL FIDAYAN
14	<b>REG-220720</b>	The Effects of Servant Leadership and Ethical Leadership on Satisfaction with Supervisor	Manajemen SDM	ZAKHYADI ARIFFIN
15	<b>REG-220727</b>	Pengaruh Keadilan Organisasi, Budaya Organisasi dan Kualitas Kehidupan Kerja Terhadap Komitmen Organisasi Pada Karyawan PT Asam Jawa Labuhan Batu Selatan	Manajemen SDM	REMUS SILALAH
16	<b>REG-220731</b>	Meningkatkan Kinerja Akademik Mahasiswa Melalui Penggunaan Teknologi Informasi	Manajemen SDM	ELPERIDA JUNIARNI SINURAT
17	<b>REG-220733</b>	Pengaruh Kualitas Kehidupan Kerja dan Kompetensi terhadap Komitmen Organisasional Pegawai Negeri Sipil	Manajemen SDM	KRISTANTY NADAPDAP
18	<b>REG-220734</b>	Analisis Work From Home, Masa Kerja, Komitmen dan Disiplin Kerja Terhadap Efektivitas Kerja Pada PT. Asripower Medan	Manajemen SDM	ROBINHOT GULTOM

### SESI 1. KLUNGKUNG ROOM 9-PATRA JASA HOTEL

**Topik** : Manajemen SDM  
**Jumlah Artikel** : 18  
**Pukul** : 13.00 – 14.30 WITA  
**Chairperson** : Ni Made Rastini, S.E., M.M  
**Durasi Presentasi** : 5 menit/presenter  
**Coffee Break** : 14.30 – 15.00 WITA

No	Reg_Id	Article_Title	Riset	Author 1
1	REG-220737	Peran Dosen Membangun SDM Unggul (Suatu Kajian Konseptual)	Manajemen SDM	MISLAN SIHITE
2	REG-220747	Pengaruh Motivasi Kerja dan Employee Engagement terhadap Kinerja Pegawai Aparatur Sipil Negara di Daerah Istimewa Yogyakarta	Manajemen SDM	HELENA NATASHYA TAMPUBOLON
3	REG-220753	Dimensional Perilaku Kepemimpinan melayani dalam meningkatkan kinerja di dalam peran, dengan keterlibatan kerja sebagai mediasi	Manajemen SDM	Roby Sambung
4	REG-220769	Analisis Antecedent Variabel Intrapreneurship Behavior Pada Dosen Perguruan Tinggi Swasta Di Yogyakarta	Manajemen SDM	ARIEF DARMAWAN
5	REG-220800	Peran Perceived Organization Support Dalam Memediasi Pengaruh Antara Religiusitas Terhadap Intrapreneurship Behavior Pada Dosen Perguruan Tinggi Swasta Di Yogyakarta	Manajemen SDM	MAISAROH
6	REG-220831	Job Insecurity, Kompensasi Finansial dan Kepuasan Kerja Sebagai Antecedent Turnover Intention Karyawan	Manajemen SDM	MEISKE CLAUDIA
7	REG-220604	Pengaruh Self-Efficacy dan Supervisor Support terhadap Transfer of Training dan Performance Bidan Puskesmas Samarinda	Manajemen SDM	Melda Aulia Ramadhani
8	REG-220646	Pengaruh Gaya Kepemimpinan Transformasional, Kualitas Leader-Member Exchange dan Iklim Organisasi Terhadap Kepuasan Kerja Pegawai Pada Dinas Kehutanan	Manajemen SDM	Stepanie Gabriella Tarigan Sibero

		Provinsi Sumatera Utara		
9	REG-220725	Peran Financial Self-Efficacy, Social Economic Status, Produktivitas Kerja dan Locus of Control Sebagai Faktor Intervening terhadap Kualitas Sumber Daya Manusia pada Tenaga Kerja Industri Kecil di Provinsi Sumatera Utara	Manajemen SDM	RASMULIA SEMBIRING
10	REG-220730	Pengaruh Disiplin Kerja, Lingkungan Kerja dan Pemberian Insentif Terhadap Komitmen Organisasional Pada Taman Simalem Resort Kabupaten Tanah Karo	Manajemen SDM	Samuel Lubis
11	REG-220738	Pengaruh Gaya Kepemimpinan Demokratis, Budaya Organisasi dan Kepuasan Kerja terhadap Komitmen Organisasi Pada Pegawai Negeri Sipil di Dinas Ketenagakerjaan Provinsi Sumatera Utara	Manajemen SDM	Madeline Olbatri Sinurat
12	REG-220846	PENGARUH MODAL USAHA, TINGKAT PENDIDIKAN DAN KARAKTERISTIK WIRUSAHA TERHADAP PERKEMBANGAN USAHA MIKRO DI KAMPUNG SEREH DISTRIK SENTANI KABUPATEN JAYAPURA	Manajemen SDM	SURATINI
13	REG-220873	PENGARUH KOMPENSASI TERHADAP PRODUKTIVITAS PEGAWAI PADA PT. MANDALA FINANCE SOPPENG	Manajemen SDM	ANDI ADAWIAH
14	REG-220903	Pengaruh Motivasi Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Pada Toko Bombay Tekstil Soppeng	Manajemen SDM	ASMINI
15	REG-220914	FAKTOR PENDORONG TERJADINYA KESEIMBANGAN KEHIDUPAN KERJA PADA KARYAWAN HOTEL	Manajemen SDM	AMBAR KUSUMA ASTUTI
16	REG-220921	Determinan Organizational Citizenship Behavior Pada Pegawai Kontrak	Manajemen SDM	IDA BAGUS KETUT SURYA
17	REG-220684	DETERMINASI MOTIVASI SPIRITUAL DAN DISIPLIN KERJA TERHADAP KINERJA PEGAWAI PADA KANTOR KEMENTERIAN AGAMA KABUPATEN TOLITOLI	Manajemen SDM	fiansi
18	REG-220773	Effect of Job Characteristics, Incentives, Organizational Support and Supervisor Support on Employee Engagement (study on Educational Companies and Shipyards) in Banjarmasin	Manajemen SDM	Akhid Yulianto

**SESI 2. KLUNGKUNG ROOM 9 -PATRA JASA HOTEL**

**Topik** : Manajemen SDM  
**Jumlah Artikel** : 18  
**Pukul** : 15.00 – 16.30 WITA  
**Chairperson** : Ni Made Rastini, S.E., M.M  
**Durasi Presentasi** : 5 menit/presenter

No	Reg_Id	Article_Title	Riset	Author 1
1	REG-220922	Pemberdayaan Psikologis, Kompetensi, dan Kinerja Pegawai: Peran Mediasi Organizational Citizenship Behavior	Manajemen SDM	I Gusti Ayu Manuati Dewi
2	REG-220963	Competence-Based Sustainable Competitive Advantage Dalam Perspektif Studi Empirik	Manajemen SDM	RINI RAHMAWATI
3	REG-220975	Pengaruh motivasi, self-efficacy dan kepuasan kerja terhadap kinerja pegawai Bank BRI Unit Gianyar	Manajemen SDM	I Gusti Agung Made Intan Laksmi
4	REG-220981	ANALISIS DAMPAK BEBAN KERJA DAN GAJI TERHADAP KINERJA KARYAWAN TENAGA SUKARELA RUMAH SAKIT : PERSPEKTIF POTENSI KECURANGAN YANG TERJADI	Manajemen SDM	Ahmad Hijri Alfian
5	REG-220983	PERAN DIGITAL SKILL DAN E-READINESS TERHADAP DIGITAL TRANSFORMATION PADA UMKM JAWA TENGAH	Manajemen SDM	Diah Ayu Kusumawati
6	REG-221010	Analisis pengaruh job insecurity dan job stress terhadap turnover intention dengan komitmen organisasi sebagai variabel pemediasi	Manajemen SDM	Fereshti Nurdiana Dihan
7	REG-221011	Pengaruh Job Satisfaction terhadap Creativity Behaviors, Affective Organizational Commitment, dan Normative Organization Commitment pada karyawan perusahaan distribusi trafo non pemerintah terbesar di Indonesia	Manajemen SDM	Farhan El Sa'ady
8	REG-221073	Praktik MSDM berbasis pengetahuan dan human capital di perbankan syariah: Realitas dan ekspektasi dari perspektif karyawan	Manajemen SDM	Tri Wikaningrum
9	REG-221046	Mekanisme Perilaku Kewargaan Organisasional dengan Komitmen	Manajemen SDM	VINI WIRATNO PUTRI

		Organisasional sebagai Pemediasi		
10	REG-221071	Strategi Pengembangan Kompetensi Sumber Daya Manusia Pariwisata Berbasis Wisata Halal untuk meningkatkan PAD Kabupaten Bangkalan	Manajemen SDM	Faidal
11	REG-220755	MEMITIGASI TERJADINYA WORKPLACE BULLYING DENGAN PENINGKATAN KESADARAN AKAN DAMPAK NEGATIF YANG DITIMBULKANNYA PADA PERILAKU KARYAWAN	Manajemen SDM	ANDRIYANI
12	REG-221040	Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Motivasi Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan	Manajemen SDM	Syntia Angelina Hutabarat
13	REG-221042	PENGARUH KEPEMIMPINAN DAN KOMUNIKASI INTERPERSONAL TERHADAP KINERJA PEGAWAI	Manajemen SDM	Putu Agustin
14	REG-221149	Pengaruh Servant Leadership dan Iklim Organisasi terhadap Organizational Citizenship Behavior dimediasi oleh Job Satisfaction	Manajemen SDM	SRI WIYATI MAHRANI
15	REG-221157	PENGARUH SISTEM MUTU PENJAMIN MUTU INTERNAL (SPMI) TERHADAP MUTU PENDIDIKAN DENGAN INOVASI KINERJA ORGANISASI SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Studi Pada Tata Kelola Perguruan Tinggi Swasta di Kalimantan Selatan)	Manajemen SDM	MAYA REZEKI ANGRANI
16	REG-221158	Konflik Kerja, Beban Kerja Dan Lingkungan Kerja Terhadap Turnover Karyawan Bkpsdm Kota Malang	Manajemen SDM	KHALIKUSSABIR
17	REG-221163	The Benefits of Investment in Character Building Program for University Students in Indonesia	Manajemen SDM	Alldila Nadhira Ayu Setyaning
18	REG-221177	PENGARUH KEPEMIMPINAN ETIS DAN KEPERCAYAAN PADA PIMPINAN TERHADAP KEPEMIMPINAN EFEKTIF DAN KREATIVITAS	Manajemen SDM	ABDUL RAHMAN SALEH

**SESI 1. VIP LOINGE ROOM 10-PATRA JASA HOTEL**

**Topik** : **Manajemen SDM, Manajemen Umum dan Other Manajemen Research**  
**Jumlah Artikel** : **18**  
**Pukul** : **13.00 – 14.30 WITA**  
**Chairperson** : **Dr. I Gst. Ngr. Jaya Agung Widagda K., S.E.,M.M**  
**Durasi Presentasi** : **5 menit/presenter**  
**Coffee Break** : **14.30-15.00 Wita**

No	Reg_Id	Article_Title	Riset	Author 1
1	REG-221190	Pengaruh Kepemimpinan Transformasional, Komitmen Organisasi terhadap Kepuasan Kerja di mediasi oleh Kepercayaan pada Pimpinan dan Dukungan Pimpinan	Manajemen SDM	SUNITA FIRDAYANA
2	REG-220374	DETERMINAN KEPATUHAN WAJIB PAJAK ORANG PRIBADI DI KOTA TANGERANG	Other Management Research	Aurelia Putri Hadi Atmaja
3	REG-221256	MENYIRAT JALA KEDAULATAN PENDIDIKAN TINGGI DALAM KERANGKA MERDEKA BELAJAR-KAMPUS MERDEKA	Manajemen SDM	AGUNG WIDHI KURNIAWAN
4	REG-220557	BERTAHAN DI TENGAH PANDEMI COVID-19: STUDI ATAS PELAKU USAHA MIKRO INFORMAL DI KOTA BANDUNG, JAWA BARAT INDONESIA	Manajemen SDM	HILMIANA
5	REG-221124	MENGELOLA STRES KERJA APARATUR PEMERINTAH MELALUI KEPERIBADIAN TIPE A DAN PERAN	Manajemen SDM	GENDUT SUKARNO
6	REG-221182	APLIKASI KNOWLEDGE HIDING, HOARDING, COLLECTION dan DONATION: Studi Kasus pada UMKM di Surabaya	Manajemen SDM	ELSYE TANDELILIN
7	REG-221194	Peran Praktik Manajemen SDM pada Kinerja Organisasi melalui Knowledge Creation dan Budaya Organisasi pada New Normal	Manajemen SDM	Faizal Susilo Hadi
8	REG-221033	Spiritual Di Tempat Kerja, Komitmen Organisasi dan Keinginan Untuk Meninggalkan Organisasi Nirlaba di Jawa Timur	Manajemen SDM	TRI SIWI AGUSTINA
9	REG-221102	PENGARUH KOMPENSASI, MOTIVASI, DAN LINGKUNGAN KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA PERUSAHAAN MEBEL ROTTAN JATI JAYA	Manajemen SDM	Pipit Puji Pratiwi

<b>10</b>	<b>REG-221279</b>	Pengaruh Motivasi Kerja dan Lingkungan Kerja Melalui Disiplin Kerja terhadap Kinerja Karyawan PT. Dolphin Putra Sejati Sukoharjo	Manajemen SDM	Istiatin
<b>11</b>	<b>REG-221280</b>	Pengaruh Shared Leadership Terhadap Team Performance Yang Dimediasi Oleh Trust Pada Student Union Jurusan International Business Management Di Universitas Ciputra	Manajemen SDM	CAROLINA NOVI MUSTIKARINI
<b>12</b>	<b>REG-221268</b>	ADAKAH HUBUNGAN ANTARA PERSON ORGANIZATION FIT DAN QUALITY WORK of LIFE PADA KOMITMEN ORGANISASIONALPADA GENERASI Z ?	Manajemen SDM	AHYAR YUNIAWAN
<b>13</b>	<b>REG-220815</b>	Pengaruh Work-Family Conflict dan Work Overload terhadap Job Performance: Burnout sebagai Variabel Intervening	Manajemen SDM	NUR AJIZAH
<b>14</b>	<b>REG-221080</b>	PENERAPAN ADVERSITY QUOTIENT GUNA MENCERMATI DAYA JUANG MAHASISWA DI PERGURUAN TINGGI	Manajemen Umum	RATNA WIDIASTUTI
<b>15</b>	<b>REG-220763</b>	Studi Fenomenologi Mengenai Motivasi Keikutsertaan dalam Program Relawan Luar Negeri	Manajemen Umum	MIRWAN SURYA PERDHANA
<b>16</b>	<b>REG-221029</b>	Multi-Stakeholder Partnership Social dan Human Resources, Environmental, Economic dan Sustainable Business Smart Island di Kepulauan Seribu	Manajemen Umum	ELISTIA ELISTIA
<b>17</b>	<b>REG-220369</b>	Pengaruh Daya Saing Harga dan Indeks Kebahagiaan dalam Meningkatkan Indeks Daya Saing Perjalanan dan Wisata di ASEAN	Other Management Research	Benny Budiawan Tjandrasa
<b>18</b>	<b>REG-220405</b>	Faktor- Faktor yang Berpengaruh Terhadap Minat Memilih Bakal Calon Bupati Kuningan	Other Management Research	Agus aribowo

**SESI 2. VIP LOINGE ROOM 10-PATRA JASA HOTEL**

**Topik** : **Manajemen SDM, Manajemen Umum dan Other Manajemen Research, Sistem Informasi Manajemen dan Bisnis**  
**Jumlah Artikel** : **18**  
**Pukul** : **15.00 – 16.30 WITA**  
**Chairperson** : **Dr. I Gst. Ngr. Jaya Agung Widagda K., S.E.,M.M**  
**Durasi Presentasi** : **5 menit/presenter**

No	Reg_Id	Article_Title	Riset	Author 1
1	REG-220365	Manajemen Strategi Dakwah Walisongo di Wilayah Pulau Jawa	Other Management Research	Ibdalsyah
2	REG-220721	Pengaruh Dana Pihak Ketiga, Permodalan, Risiko kredit, Suku bunga kredit, dan Fintech terhadap Penyaluran kredit Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY)	Other Management Research	Friska Uli Br. Sinurat
3	REG-220751	Kepatuhan wajib pajak pribadi korelasinya dengan pemahaman pajak, sanksi pajak, kesadaran pajak, etika dan moralitas wajib pajak	Other Management Research	PUTRIANA KRISTANTI
4	REG-220988	Strategi Pencapaian SDGs Kesehatan 2030	Other Management Research	Rosida P. Adam
5	REG-221099	Pemanfaatan Barang Milik Daerah Dan Pengaruhnya Terhadap Pendapatan Asli Daerah	Other Management Research	NUR DIANA
6	REG-221129	Analisis kinerja keuangan daerah pemerintah Kabupaten Sumba Timur tahun 2018-2021	Other Management Research	RAMBU ANAHIDA
7	REG-221147	Perilaku Kecurangan Akademik Mahasiswa Dalam Pembelajaran Daring di Masa Pandemi Covid-19	Other Management Research	NUR DIANA
8	REG-221148	Upaya Meningkatkan Pengelolaan Dana Desa Pada Kabupaten Pamekasan	Other Management Research	NUR DIANA
9	REG-221151	Kesadaran Wajib Pajak, Pelayanan Fiskus, Sanksi Pajak Dan Pemahaman Akuntansi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak	Other Management Research	DWIYANI SUDARYANTI
10	REG-221152	Pengetahuan Investasi, Return Investasi, Modal Minimal Investasi, Dan Gaya Hidup Generasi Milenial Terhadap Minat Investasi	Other Management Research	AFIFUDIN



<b>11</b>	<b>REG-221153</b>	Islamic Leadership Dan Budaya Religiusitas Terhadap Kinerja Karyawan Melalui Kepuasan Kerja Karyawan Sebagai Variabel Intervening Pada Pt. Bank Syariah Indonesia	Other Management Research	HARUN AL RASYID
<b>12</b>	<b>REG-221160</b>	Pemahaman, Motivasi Dan Sikap Terhadap Minat Mahasiswa Menempuh Pendidikan Profesi Chartered Accountant (Ca) Pada Mahasiswa Akuntansi FEB Unisma	Other Management Research	JUNAIDI
<b>13</b>	<b>REG-220801</b>	Analisis Perencanaan Strategis dalam penentuan Kawasan Usaha Ternak Sapi di Kabupaten Blitar	Other Management Research	ROFIATY
<b>14</b>	<b>REG-221358</b>	The Relationship between Organization Culture with Knowledge Management and Learning Organization : A Systematic Literature Review	Other Management Research	Muhammad Rifqi Arviansyah
<b>15</b>	<b>REG-220484</b>	Penerapan Smart Village untuk Peningkatan Pelayanan Masyarakat dan Peningkatan Pendapatan BUMDES di Pekon Sukanegeri Jaya Kecamatan Talang Padang Kabupaten Tanggamus Provinsi Lampung	Sistem Informasi Manajemen dan Bisnis Digital	Auliya Rahman Isnain
<b>16</b>	<b>REG-220961</b>	Rancang Bangun Manajemen Pembelajaran Aksara Jawa Untuk Sekolah Dasar Menggunakan Metode Design Sprint	Sistem Informasi Manajemen dan Bisnis Digital	Heribertus Himawan
<b>17</b>	<b>REG-221000</b>	Literasi Keuangan dan Kinerja UMKM: Model Mediasi Inklusi Keuangan yang Dimoderasi Penggunaan Keuangan Digital	Sistem Informasi Manajemen dan Bisnis Digital	Atang Hermawan
<b>18</b>	<b>REG-221092</b>	ANALYSIS OF INFORMATION SYSTEM IMPLEMENTATION, COMPENSATION AND RELIABILITY OF INTERNAL CONTROL TO THE FINANCIAL FRAUD PREVENTION	Sistem Informasi Manajemen dan Bisnis Digital	TIFA NOER AMELIA

# **FRANCHISE BRAND IMAGE SEBAGAI SOLUSI MENINGKATKAN REPURCHASE INTENTION**

Noor Kholis dan Alifah Ratnawati  
Program Studi Manajemen, Universitas Islam Sultan Agung Semarang

## **ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini adalah menyelidiki dan menguji peran Franchise Brand Image dalam memediasi hubungan Product Variation dan Social Media Marketing terhadap repurchase Intention dalam industri minuman franchise. Minuman Franchise yang diteliti adalah Chatime, Nyoklat Klasik, serta coffe Janji Jiwa

Sampel terpilih menggunakan 460 pelanggan minuman franchise di kota Semarang dan menguji hubungan regresional keempat konstruk tersebut. Data diperoleh dengan cara mendistribusikan kuesioner kepada responden terpilih. Model penelitian Empirik diuji dengan menggunakan analisis regresi, dibantu dengan software SPSS versi 23.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa peningkatan Product Variation dan Social Media Marketing berpengaruh secara signifikan terhadap peningkatan Franchise Brand Image. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa peningkatan Repurchase Intention dipengaruhi secara signifikan oleh peningkatan Product Variation dan Social Media Marketing serta peningkatan Franchise Brand Image

**Kata Kunci**      Product Variation, Social Media Marketing, Franchise Brand Image, Repurchase Intention

## 1. PENDAHULUAN

Pembelian suatu produk oleh seorang konsumen merupakan salah satu cara untuk mencapai keuntungan atau laba bagi suatu usaha, yang mana keuntungan atau laba tersebut merupakan tujuan bisnis yang paling utama. Namun dalam setiap pembelian suatu produk, akan dipengaruhi dengan kebutuhan dan keinginan yang melatar belakangi konsumen untuk membeli barang, perilaku ini bisa juga disebut dengan minat beli. Salah satu usaha yang mulai berkembang dikalangan anak muda salah satunya adalah minuman dengan merek Nyoklat Klasik, Chatime dan Kopi Janji Jiwa. Dengan semakin banyak dibukanya berbagai cabang Bubble Tea di Indonesia membuktikan bahwa bisnis ini memiliki peminat yang sangat banyak. Dewasa ini mengonsumsi minum sejenis ini tidak hanya sekedar untuk melepas dahaga, tetapi juga untuk menemani aktivitas kehidupan masyarakat seperti rapat, pertemuan bisnis, reuni, kencan, dan lain-lain. Hal inilah yang membuat tren bubble tea terus meningkat tajam dan secara tidak disadari.

Product Variation juga memiliki peranan yang penting dalam memunculkan repurchase intention dari konsumen. Hal ini dikarenakan suatu kegiatan pemasaran yang baik harus dimulai dari mengidentifikasi apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan dari pelanggan. Sehingga ketika suatu perusahaan ataupun franchise dapat memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan baik, maka hal tersebut akan menjadi sesuatu yang sangat menguntungkan bagi perusahaan terutama dalam mengembangkan produk apa yang akan dibuat di masa depan sehingga respon yang positif akan diperoleh dari pelanggan. Pelanggan akan cenderung meminati produk yang bervariasi, dikarenakan dengan banyaknya pilihan variasi produk yang tersedia maka pelanggan juga mempunyai berbagai pilihan yang dapat pelanggan pilih sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan tersebut. Pilihan produk yang bervariasi ini juga yang dapat memberikan citra yang baik kepada pelanggan, karena perusahaan atau franchise tersebut dianggap dapat memahami pelanggan dengan baik. Sehingga hal ini menyebabkan terjadinya pembelian ulang oleh pelanggan terhadap produk yang ditawarkan oleh perusahaan atau franchise tersebut. Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Lestari & Novitaningtyas, 2021) menerangkan bahwa adanya variasi produk berupa variasi menu makanan dan minuman yang ditawarkan akan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli ulang pelanggan. Pernyataan ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Anjani, 2021) yang menyatakan bahwa product variation memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap repurchase intention. Namun hasil penelitian tersebut tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Hidayat & Resticha, 2019), yang mana penelitian tersebut menyimpulkan bahwa Product Variation tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap repurchase intention. Sehingga karena adanya kesenjangan hasil penelitian terdahulu, hubungan antara product variation dengan repurchase intention perlu untuk diuji lebih lanjut lagi. Selain product variation, social media marketing juga memiliki pengaruh yang penting dalam menarik minat beli pelanggan, media sosial dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli suatu produk (Abzari et al., 2014). Hal ini juga didukung berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Subawa (2020) yang menyatakan bahwa social media marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap repurchase intention. Hal ini disebabkan karena social media marketing merupakan suatu cara yang dapat dilakukan untuk memasarkan produk melalui social media dengan menginformasikan produk tersebut, pelayanan yang dilakukan, ataupun segala hal yang berkaitan lainnya kepada pelanggan sebagai pengguna social media tersebut, Di masa modern ini, media sosial tidak hanya digunakan sebagai media komunikasi, namun juga

digunakan sebagai media promosi bahkan dapat juga digunakan sebagai alat pemasaran, pelayanan, serta dapat menjadi alat untuk membangun hubungan dengan konsumen. Karena itulah media sosial memiliki hubungan yang positif signifikan terhadap minat beli konsumen

## **2. LANDASAN THEORY**

### **2.1. FRANCHISE BRAND IMAGE**

Dalam mendefinisikan franchise brand image, penulis mencoba untuk menelaah berdasarkan beberapa defisini dari Brand Image, yang mana menurut Menurut (Kotler & Keller, 2012) mendefinisikan sebuah brand image sebagai persepsi mengenai sebuah brand sebagaimana direfleksikan oleh asosiasi merek yang terdapat didalam benak konsumen, sedangkan pendapat lain menurut (Ouwersloot & Tudorica, 2001) yang menyatakan bahwa brand image adalah kumpulan persepsi tentang sebuah merek yang saling berkaitan yang ada dalam pikiran. Hal ini berarti brand image adalah persepsi tentang merek yang digambarkan oleh asosiasi merek yang ada dalam ingatan konsumen Sehingga franchise brand image ini dapat didefinisikan sebagai gambaran yang direfleksikan sebagai persepsi sebagai gambaran dari sebuah franchise atau waralaba dalam benak atau ingatan konsumen. Indikator Franchise brand Image Indikator yang digunakan untuk mengukur Franchise brand image adalah indikator sama dengan beberapa indikator yang digunakan beberapa peneliti untuk mengukur Brand Image, antara lain (Kotler & Keller, 2016) dan (Malik et al., 2012)menjelaskan masingmasing indikator brand image tersebut adalah sebagai berikut:

1. Brand Uniqueness (Keunikan)
2. Brand Favorability
3. Corporate Image (Citra Pembuat)
4. User Image (Citra Pemakai)

Franchise brand image berkaitan dengan gambaran mental yang dimiliki oleh seorang individu terhadap suatu organisasi dan apa yang terlintas dalam pikiran ketika seseorang melihat atau mendengar logo perusahaan dan/atau nama perusahaan. Ini mewakili totalitas kesan dan/atau persepsi yang dimiliki suatu organisasi. Franchise brand image terdiri dari makna fungsional dan emosional. Perasaan emosional bersifat psikologis dan bersumber pada pengalaman individu dari suatu organisasi dan pemrosesan pengetahuan yang berkaitan dengan karakteristik perusahaan. Padahal, penjelasan default yang sesuai dengan citra perusahaan saat ini adalah bahwa hal itu dipahami terkait dengan konseptualisasi individu tentang suatu organisasi, konsep tersebut memiliki sejumlah varian. Dengan demikian, Franchise brand image telah dilihat terutama dari perspektif manajemen citra perusahaan dalam hal pengendalian, atau pembentukan, citra perusahaan atau kadang-kadang dapat dipahami sebagai citra stereotip tunggal yang luas di mana persepsi umum tentang suatu perusahaan adalah dibagikan, bahkan di seluruh kelompok pemangku kepentingan . Sampai saat ini, sebagian besar penelitian telah berfokus pada konsep citra perusahaan sementara secara komparatif sedikit penelitian yang berfokus pada citra merek perusahaan. Akibatnya, penelitian citra merek perusahaan dan beasiswa mengacu pada kanon franchise brand image. (Balmer, 2021).

## **2.2. PRODUCT VARIATION DAN FRANCHISE BRAND IMAGE**

Product variation atau variasi produk dapat diartikan sebagai unit yang dapat dibedakan berdasarkan ukuran, harga, penampilan, ataupun ciri-ciri lainnya dalam suatu merek ataupun lini produk (Kotler & Keller, 2016). Selain itu, menurut Mikel P. Goover dalam (Faroh & Junaidi, 2019) variasi produk dapat diartikan sebagai produk yang memiliki desain atau jenis yang berbeda dan diproduksi oleh sebuah pabrik, perbedaan produk mencakup perbedaan bentuk dan ukuran. Sehingga, berdasarkan beberapa definisi dari para ahli maka dapat disimpulkan bahwa variasi produk merupakan suatu unit produk yang memiliki perbedaan baik ukuran, penampilan, harga, ataupun unsur-unsur lainnya yang dapat menjadi pembeda antara suatu produk tertentu dengan produk lainnya. Product Variation memiliki peranan yang penting, baik bagi pelaku usaha ataupun bagi konsumen itu sendiri. Karena dengan adanya berbagai pilihan ataupun alternatif produk yang disajikan, maka konsumen bisa semakin bisa menyesuaikan dalam melakukan pembelian produk pilihannya sesuai dengan preferensi konsumen itu sendiri. Selain itu, product variation bagi perusahaan yang menawarkan berbagai pilihan produk yang beragam tentunya akan memberikan kesempatan yang lebih banyak kepada konsumen dalam menentukan pilihan yang sesuai dengan mereka sehingga peluang penjualan suatu produk akan semakin besar. Apabila suatu franchise dengan sigap selalu memberikan dan menawarkan produk yang semakin beragam sehingga pelanggan dapat melakukan pembelian produk yang ditawarkan sesuai dengan apa yang pelanggan tersebut butuhkan dan ataupun mereka inginkan. Tentunya product variation yang ditawarkan semakin beragam akan menghasilkan franchise brand image yang positif di mata pelanggan pelanggan, karena franchise tersebut dianggap dapat memberikan produk yang sesuai dengan apa yang pelanggan butuhkan. Oleh karena itu, diajukan hipotesis sebagai berikut:

**H1 : Semakin meningkat product Variation, maka franchise brand image semakin meningkat**

## **2.3. SOCIAL MEDIA MARKETING DAN FRANCHISE BRAND IMAGE**

Ada beberapa pengertian media sosial yang telah dikemukakan oleh para ahli, antara lain pengertian tentang media sosial yang dikemukakan oleh (Kotler & Keller, 2016) yaitu “Media sosial adalah media yang digunakan oleh konsumen untuk berbagi informasi teks, gambar, suara, dan video baik dengan orang lain maupun perusahaan”. selain itu ada juga pengertian tentang media sosial yang dikemukakan oleh (Nasrullah, 2017) “Media sosial adalah medium internet yang memungkinkan pengguna mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerjasama, berbagi informasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual”. sehingga dari pengertian tersebut maka dapat disimpulkan bahwa media sosial merupakan suatu media yang berbasis internet yang memungkinkan pengguna dapat berinteraksi dengan berbagi informasi teks, gambar, suara, dan video, untuk saling berbagi informasi dengan pengguna lain. Sedangkan pengertian social media marketing menurut Weinberg dalam (Subawa, 2020) adalah sebagai suatu proses yang dapat mendorong individu untuk berkomunikasi mengenai promosi suatu produk yang dapat dilakukan melalui website ataupun berbagai saluran daring lainnya, dengan memanfaatkan komunitas-komunitas yang lebih besar dibandingkan melalui media iklan tradisional. Karena manfaatnya yang dapat

mempermudah dalam promosi penjualan perusahaan. Perusahaan atau siapa saja yang ingin memanfaatkan media sosial sebagai saluran pemasaran dapat menyediakan layanan pemasaran, teknik, strategi, dan desain yang menunjukkan keterlibatan sosial dan memenuhi karakteristik masyarakat. Konten pemasaran di SMM seharusnya tidak hanya mengandalkan aspek berorientasi komersial, tetapi juga harus berorientasi sosial atau melibatkan interaksi aktif antara pengguna, yang mengarah pada komunikasi yang mendalam dan hubungan yang baik di antara mereka. Membuat konten pemasaran di SMM merupakan tantangan bagi perusahaan karena mereka harus dapat menyesuaikan konten pemasaran dengan preferensi pribadi pelanggan atau preferensi komunitas (Wibowo, 2021). Manfaat dari franchise brand image yang positif sangat luas dan dapat diterjemahkan ke dalam kinerja keuangan yang unggul; menimbulkan retensi pelanggan; dapat menjelaskan kemampuan perusahaan dan tanggung jawab sosial perusahaan; dan menyarankan bahwa perusahaan telah memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan. Franchise brand image sangat penting bagi perusahaan jasa karena kurangnya wujud dan ketergantungan mereka yang lebih besar pada persepsi. Pelanggan sering melihat sifat global merek perusahaan multinasional dalam istilah yang menguntungkan dan hal tersebut di atas dapat menimbulkan loyalitas konsumen. Franchise brand image juga dianggap penting dalam konteks pemasaran industri. Yang juga penting adalah kualitas dari franchise brand image dalam hal kepercayaan, bersama dengan komitmen pasar strategis dalam rantai nilai seperti yang disebutkan. Ketika social media digunakan sebagai wadah untuk marketing suatu merek, pelanggan akan mempercayai image yang ditawarkan suatu produk sehingga perkembangan produk meningkat. Oleh karena itu, diajukan hipotesis sebagai berikut:

**H2 : Semakin meningkat social Media yang digunakan, maka franchise brand image semakin meningkat**

#### **2.4. REPURCHASE INTENTION**

*Repurchase Intention* atau Minat pembelian ulang adalah keinginan dan tindakan konsumen untuk membeli ulang suatu produk, karena adanya kepuasan yang diterima sesuai yang diinginkan dari suatu produk. Menurut Hellier (2003), minat beli ulang adalah membeli lagi produk/jasa yang ditunjuk dari perusahaan yang sama dengan mempertimbangkan situasi sebelumnya dengan situasi saat ini. *Repurchase Intentions* dapat dipertimbangkan sebagai salah satu faktor penting dalam pembelian oleh konsumen, yaitu konsumen yang melakukan pembelian kedua, ketiga dan seterusnya sama artinya konsumen yang sudah memiliki keterikatan dengan merk tersebut baik secara emosional maupun fungsional. (Sumara & Salim, 2020). *Repurchase Intention* adalah sebagai rencana pembelian konsumen terhadap produk-produk kepada merek tertentu untuk periode-periode selanjutnya setelah mengetahui nilai kualitas produk pada pembelian pertamakali (Solihin, 2019) Di dalam teori aksi dan reaksi *Repurchase Intention* didefinisikan sebuah proses-proses terintegrasi yang dikerjakan konsumen dan menjadi dasar dilakukannya pembelian sebuah produk secara berulang. (Kunja dan Acharyulu, 2018). Indikator *Repurchase Intention* Menurut (Fullerton, 2005) pembelian ulang dapat diukur melalui tiga indikator, yaitu:

1. Meenjadikan produk tersebut sebagai pilihan utama.

2. tetap membeli produk
3. Melakukan pembelian ulang dan menjadi pelanggan tetap.

Menurut (Prastyaningsih et al. 2014) repurchase intention (niat beli ulang) merupakan hasrat atau keinginan yang timbul dalam diri konsumen untuk membeliproduk atau jasa yang disukainya dan sebelumnya pernah membelinya berdasarkanhasil evaluasi atas kesesuaian kinerja produk atau jasa dengan harapan konsumen. *Repurchase intention* terjadi setelah konsumen melakukan konsumsi sebuahproduk maupun jasa dengan didahului adanya proses evaluasi dari produk maupunjasa (Rahayu et al. 2016). Pernyataan menurut (Dewi and Ekawati 2019) Minat pembelian ulang atau repurchase intention merupakan perilaku konsumen yang menunjukkan rasa ingin untuk kembali bertransaksi atau membeli suatu produk yangsama yang pernah dibeli sebelumnya pada waktu yang akan datang. Mengutip dari (Puspitasari and Briliana 2017) *repurchase intention* adalah keputusan terencana seseorang untuk melakukan niat pembelian kembali atas jasa dan produk tertentu, dengan mempertimbangkan situasi yang terjadi dan tingkat kesukaan. Menurut (Soleha et al. 2017), variabel minat beli ulang (repurchase intention) dapat diidentifikasi melalui indikator-indikator sebagai berikut:

1. Minat transaksional yaitu kecenderungan seseorang untuk selalu membeli ulang produk yang telah digunakan.
2. Minat referensial yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk yang sudah dibelinya, agar juga dibeli oleh orang lain dengan referensi pengalaman penggunaanya.
3. Minat preferensial yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang selalu memiliki preferensi utama pada produk yang telah digunakan.
4. Minat eksploratif yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.

## **2.5. PRODUCT VARIATION DAN REPURCHASE INTENTION**

Product variation merupakan salah satu kunci untuk menarik niat beli konsumen. Para peneliti secara luas sepakat tentang fungsi pemasaran salah satunya variasi produk (Wagner, 2021). Variasi produk selalu menarik minat pemasar, karena mewakili salah satu komponen yang melekat dari "Empat P" dari produk bauran pemasaran. Riset pemasaran pada variasi produk berfokus pada penggunaan desain estetika dalam membedakan produk, menciptakan preferensi merek/produk, meningkatkan tingkat turnover, mencapai pertumbuhan penjualan, membentuk persepsi nilai konsumen, memengaruhi niat pembelian kembali, membentuk pola dari mulut ke mulut, dan memengaruhi pasar (Gilal, 2020).

Variasi produk mempunyai keterkaitan dengan komunikasi pemasaran, manajemen logistik dan distribusi, pemasaran dan branding yang berkelanjutan. Hak ini berfungsi sebagai titik kontak terdekat antara produk dan konsumen. Produk yang bervariasi akan menarik perhatian konsumen dan mengarahkan konsumen membentuk persepsi terhadap berbagai produk makanan; persepsi ini secara signifikan mempengaruhi kepuasan konsumen sehingga konsumen tidak segan melakukan keputusan pembelian (Bou-Mitri, 2021). Sebagian besar

keputusan pembelian dan konsumen merasa puas dilakukan di tempat pembelian dan hanya dengan melihat sekilas variasi pada produk, fungsi komunikasi ini sangat penting untuk kategori produk dengan keterlibatan rendah (Wagner, 2021).

Menurut Hellier, Phillip K., Geursen, Gus M., Carr, Rodney A. and Rickard (2003) Repurchase Intention merupakan keputusan individu untuk melakukan pembelian kembali ditempat yang sama dengan mempertimbangkan situasi dan kemungkinan yang terjadi. Dengan demikian Repurchase Intention merupakan keinginan pelanggan untuk membeli produk atau jasa kembali berdasarkan pengalaman dan kepuasan pelanggan di masa lalu . Semakin konsumen merasa puas dan nyaman dengan pelayanan yang diberikan , maka akan berpengaruh positif pada terjadinya minat beli ulang atau Repurchase Intention. Keinginan dan kepuasan pelanggan dalam membeli suatu produk mencerminkan tingkat keberhasilan dari seorang pemasar . Pemasar pada umumnya ingin memiliki pelanggan yang dapat dipertahankan selamanya. Meskipun pemasar sudah memiliki pelanggan yang dianggap loyal , namun daya beli dan selera konsumen dapat berubah seiring berjalannya waktu . sehingga pemasar harus dapat memberikan pelayanan untuk dapat tetap mempertahankan loyalitas pelanggan agar tidak terjadi perpindahan merk. Menurut Fullerton (2005) Repurchase Intention dapat diukur melalui tiga indikator, yaitu 1) menjadikan produk itu pilihan pertama, 2) akan tetap membeli produk, 3) akan terus menjadi pelanggan setia

Pembelian ulang *Repurchase Intention* merupakan pembelian yang didasarkan atas pengalaman pembelian yang telah dilakukan di masa lalu. Kecenderungan pembelian adalah niat untuk melakukan pembelian yang belum tentu dilakukan pada masa mendatang Menurut Long-Ye Lin and Yeun-Wen Chen.(2009) Menurut (Phillip et al., 2003) Pembelian ulang merupakan pilihan individu untuk melakukan pembelian kembali ditempat yang sama dengan mempertimbangkan situasi dan kemungkinan yang terjadi. Semakin banyak produk yang ditawarkan oleh sebuah brand, akan membuat pelanggan melakukan pembelian kembali karena penasaran dan salah satunya sudah menyakini produk tersebut. Oleh karena itu, diajukan hipotesis sebagai berikut:

**H3: semakin meningkat product variation, maka repurchase intention semakin meningkat**

## **2.6. SOCIAL MEDIA MARKETING DAN REPURCHASE INTENTION**

Pemasaran media sosial mengejutkan dunia pemasaran dengan peningkatan pesatnya karena memungkinkan konsumen untuk lebih aktif terlibat dalam produksi produk melalui penciptaan bersama identitas merek dan seringkali produk itu sendiri. Penelitian akademis semakin fokus meneliti berbagai aspek pemasaran media sosial. Dengan mendengarkan secara sosial dan kemampuan untuk menanggapi masalah pelanggan secara real-time 24/7, media sosial menjadi saluran pemasaran interaktif yang penting (Zahay, 2021).

Tentu saja, pemasaran sebagai suatu disiplin telah berkembang dari yang sering dikacaukan dengan komunikasi dan periklanan saja menjadi disiplin ketat yang didasarkan pada analitik. Meningkatnya pentingnya pengukuran dalam pemasaran sejalan dengan peningkatan pentingnya pemasaran digital. Sementara pemasaran selalu menjadi pekerjaan yang kritis dan



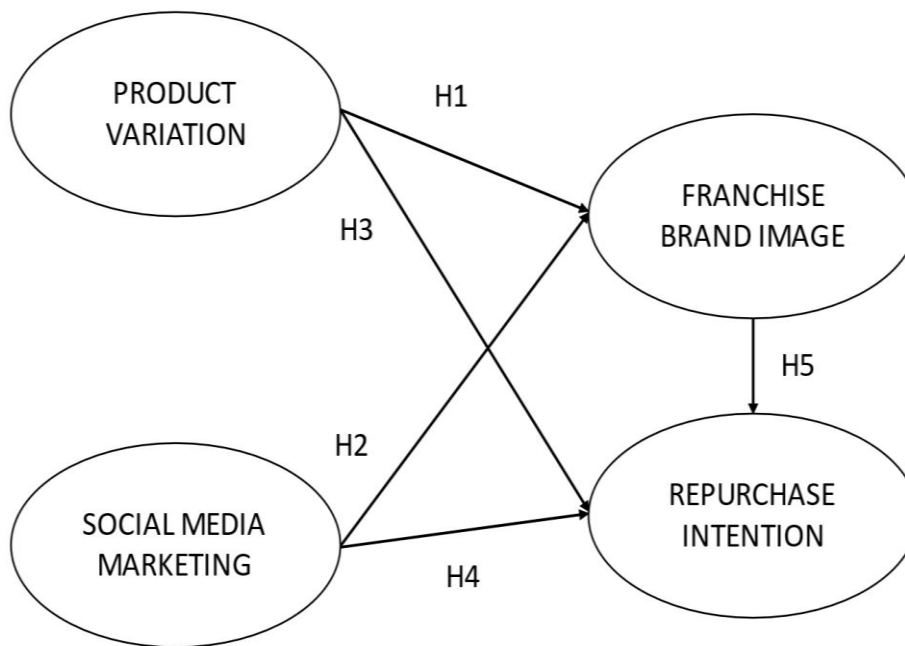
terkadang diabaikan dalam sebuah perusahaan, pemasaran digital meminta perhatian manajemen tingkat atas. Peningkatan investasi dalam teknologi yang dibutuhkan dan kemampuan untuk mengukur telah membawanya semakin menjadi perhatian suite eksekutif (Zahay, 2021). Media sosial telah banyak digunakan oleh perusahaan sebagai alat strategi pemasaran. Sebagai bagian dari media sosial, situs jejaring sosial memungkinkan pengguna untuk terhubung satu sama lain. SMM mungkin menjadi media komunikasi timbal balik antara perusahaan dan pelanggan. Kemampuan SMM untuk menjangkau berbagai pengguna, biayanya yang rendah, dan fakta bahwa SMM telah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat umum berguna bagi perusahaan untuk memastikan daya tarik kegiatan pemasaran, menciptakan kesadaran pelanggan, dan membangun komunitas merek virtual (Wibowo, 2021). Oleh karena itu, diajukan hipotesis sebagai berikut:

**H4 : semakin meningkatnya social media marketing, maka semakin meningkat repurchase intention**

## **2.7 FRANCHISE BRAND IMAGE DAN REPURCHASE INTENTION**

Franchise brand image adalah nama, istilah, logo, simbol atau desain yang membedakannya dari produk dan jasa pesaing. Franchise brand image mengacu pada semacam hubungan yang dibangun antara merek tertentu dan hal-hal dan peristiwa tertentu dalam kehidupan dan pekerjaan konsumen sasaran. Membangun Franchise brand image perlu dibentuk secara cermat dan menyeluruh ke segala arah menurut prinsip-prinsip tertentu dan melalui saluran-saluran tertentu. penerapan strategi merek memainkan peran penting dalam pengembangan perusahaan, seperti meningkatkan daya saing pasar produk perusahaan; memungkinkan perusahaan untuk mengambil inisiatif dalam operasi, membangun image yang baik; meningkatkan manfaat ekonomi perusahaan, bahwa desain kemasan luar memudahkan konsumen untuk menerima, menghafal dan menyebarluaskan produk dalam simbol visual ketika konsumen memilih dan membeli barang serta mempertimbangkan persepsi konsumen terhadap merek (Lei, 2020). Niat pembelian ulang adalah pertimbangan pengambilan keputusan untuk pembelian berulang kali produk dari penjual sebelumnya atau yang sama dengan memperkirakan situasi dan keadaan saat ini. Repurchase intention adalah niat untuk sering membeli atau memanfaatkan produk atau layanan perusahaan di masa depan dan pembelian yang lebih dari sekali (Simanjuntak, 2020). Oleh karena itu, diajukan hipotesis sebagai berikut:

**H5 : semakin meningkatnya franchise brand image, maka semakin meningkat repurchase intention**



### 3. Research methodology

#### *Sample and procedure*

Populasi pada penelitian ini adalah 460 konsumen minuman franchise di kota Semarang. Data diperoleh dari pendistribusian kuesioner kepada 460 responden yang terdiri dari pelanggan chatime, Nyoklat Klasik, serta coffe Janji Jiwa. Kuesioner diberikan oleh petugas yang sudah terlatih terlebih dahulu kepada konsumen yang dipilih sebagai responden.

#### *Instrument*

Variabel independent digunakan dalam penelitian ini ada dua yakni, Product Variation dan Social Media Marketing. Variabel mediating adalah Franchise Brand Image sedangkan variabel dependen adalah repurchase intention. Empat item pertanyaan digunakan untuk mengukur Franchise Brand Image, 4 untuk Product Variation, 3 untuk Social Media Marketing, dan 4 item pertanyaan untuk repurchase intention

#### *Teknik Analisis*

Model penelitian Empirik pada study ini diuji menggunakan analisis regresi. Ada dua model regresi yang digunakan, *pertama*, regresi berganda antara Product Variation dan Social Media Marketing dengan Franchise Brand Image, *kedua*, regresi berganda antara Franchise Brand Image, Product Variation, Social Media Marketing dengan Repurchase intention. Pada model regresi pertama dan kedua, analisis *goodness of fit model* ditetapkan untuk mengetahui apakah variasi dalam variabel independent dapat menjelaskan variasi variabel dependennya. Sebuah model memiliki *goodness of fit model* yang baik bila dalam uji F menghasilkan *p-value* yang tidak melebihi 0.05. Analisis Regresi dilakukan dengan menggunakan software SPSS versi 23.

#### 4. Pembahasan

Analisis regresi untuk *model pertama* menunjukkan *goodness of fit model* yang baik karena uji Anova menghasilkan nilai  $F = 134.327$  dan  $p\text{-value} = 0.000$ . Analisis regresi untuk *model kedua* menunjukkan *goodness of fit model* yang baik juga karena uji Anova menghasilkan nilai  $F = 181.022$  dan  $p\text{-value} = 0.000$ . Hasil pengujian hipotesis secara rinci dapat dilihat pada table 1 berikut

Tabel 1. Pengujian Hipotesis

Model	Hip	Regresi	Std $\beta$	Unstd $\beta$	SE	p-Value	Keterangan
1	H1	PV $\rightarrow$ FBI	0.379	0.361	0.045	0.000	Diterima
	H2	SMM $\rightarrow$ FBI	0.299	0.372	0.059	0.000	Diterima
2	H3	PV $\rightarrow$ RI	0.217	0.260	0.052	0.000	Diterima
	H4	SMM $\rightarrow$ RI	0.287	0.449	0.066	0.000	Diterima
	H5	FBI $\rightarrow$ RI	0.369	0.464	0.050	0.000	Diterima

Notes : FBI = Franchise brand Image, PV = Product Variation, SMM = Social Media Marketing, RI = Repurchase Intention

Pada pengujian hipotesis, hasil analisis model regresi pertama temuan penelitian mengkonfirmasi regresi Product Variation terhadap Franchise brand Image ( $\beta = 0.379$ ,  $p\text{-value} < 0.01$ ), Social Media Marketing terhadap Franchise brand Image ( $\beta = 0.299$ ,  $p\text{-value} < 0.01$ ) Dengan demikian hipotesis pertama dan kedua diterima.

Pada pengujian hipotesis model kedua, temuan penelitian mengkonfirmasi regresi Product Variation terhadap Repurchase Intention ( $\beta = 0.217$ ,  $p\text{-value} < 0.01$ ), Social Media Marketing terhadap Repurchase Intention ( $\beta = 0.287$ ,  $p\text{-value} < 0.01$ ) dan Franchise brand Image terhadap Repurchase Intention ( $\beta = 0.369$ ,  $p\text{-value} < 0.01$ ) Dengan demikian hipotesis ketiga, keempat dan kelima diterima

Hasil penelitian telah membuktikan bahwa peningkatan Product Variation dapat meningkatkan Franchise brand Image. Demikian pula peningkatan Social Media Marketing terbukti mampu meningkatkan Franchise brand Image.

Peningkatan Franchise brand Image dimaknai dengan pendapat konsumen yang menganggap bahwa Produk Franchise mempunyai rasa yang unik, memiliki citra merek yang baik sejak dulu, citra franchise terpercaya di mata umum serta konsumen mempunyai rasa percaya diri saat mengkonsumsi produk franchise

Peningkatan Product Variation dari produk minuman Nyoklat Klasik, Chatime dan Kopi Janji Jiwa dapat dilakukan dengan menyediakan berbagai pilihan ukuran minuman, menyediakan pilihan harga minuman yang beragam, menyediakan berbagai macam pilihan rasa minuman, serta menyediakan berbagai jenis pilihan produk minuman. Apabila hal ini dapat ditingkatkan maka Franchise brand Image dapat meningkat

Peningkatan Social Media Marketing dari produk minuman Nyoklat Klasik, Chatime dan Kopi Janji Jiwa dapat dilakukan dengan 1) membangun hubungan dengan konsumen dengan cara mengirim info-info produk baru, 2) dengan intens menanggapi pertanyaan / keluhan konsumen via Sosial media seperti melalui Instagram, Twitter dan Facebook dan 3) Format media promosi yang dilakukan melalui Sosial media terlihat menarik, formatif, mudah dipahami serta dapat menjelaskan baik tentang produk. Apabila ketiga hal ini dapat ditingkatkan maka akan dapat meningkatkan Franchise brand Image.

Hasil penelitian telah membuktikan bahwa peningkatan Product Variation, Social Media Marketing dan Franchise brand Image mampu meningkatkan Repurchase Intention dari produk minuman Nyoklat Klasik, Chatime dan Kopi Janji Jiwa. Peningkatan repurchase intention ini ditandai dengan meningkatnya minat konsumen untuk membeli produk Kembali, Konsumen akan merekomendasikan minuman franchise kepada orang-orang di sekitarnya, konsumen Memilih franchise sebagai pilihan utama dalam memenuhi kebutuhan akan minuman, dan konsumen selalu mencari informasi mengenai produk franchise dari sumber yang terpercaya

## 5. Kesimpulan

Hasil penelitian membuktikan bahwa Franchise brand Image dari produk minuman Nyoklat Klasik, Chatime dan Kopi Janji Jiwa dapat ditingkatkan melalui peningkatan Product Variation dan Social Media Marketing. Peningkatan Franchise brand Image akan dapat meningkatkan Repurchase Intention. Selain melalui Franchise brand Image, peningkatan Repurchase Intention juga dapat ditingkatkan melalui peningkatan Product Variation dan Social Media Marketing

## DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, Y. J. (2010). Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda ( Studi pada Konsumen Sepeda Motor Honda di Semarang ). *Skripsi*, 1–175. <https://core.ac.uk/download/pdf/11718807.pdf>
- Alhaddad, A. (2015). Perceived Quality, Brand Image and Brand Trust as Determinants of Brand Loyalty. *Journal of Reasearch in Business and Management*, 3(4), 01–08. [https://www.researchgate.net/profile/Abdullah\\_Alhaddad2/post/Can\\_you\\_suggest\\_me\\_some\\_good\\_literature\\_reviews\\_on\\_brand\\_loyalty\\_and\\_other\\_papers\\_that\\_are\\_focused\\_on\\_millennials\\_attitude\\_to\\_be\\_loyal\\_to\\_brands/attachment/5a1d118b4cde267c3e6f336f/AS%3A56557281](https://www.researchgate.net/profile/Abdullah_Alhaddad2/post/Can_you_suggest_me_some_good_literature_reviews_on_brand_loyalty_and_other_papers_that_are_focused_on_millennials_attitude_to_be_loyal_to_brands/attachment/5a1d118b4cde267c3e6f336f/AS%3A56557281)
- Candra, et al. (2014). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Terhadap Kepercayaan Serta Keputusan Pembelian (Survei pada Pembeli Sepeda Motor Honda Vario pada PT Sumber Purnama Sakti di Kabupaten Gresik). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 15(2), 84754.
- Chaudhuri, A., & Holbrook, M. B. (2001). The chain of effects from brand trust and brand affect to brand performance: The role of brand loyalty. *Journal of Marketing*, 65(2), 81–93. <https://doi.org/https://doi.org/10.1509/jmkg.65.2.81.18255>
- Chiu, C. M., Hsu, M. H., Lai, H., & Chang, C. M. (2012). Re-examining the influence of trust on online repeat purchase intention: The moderating role of habit and its antecedents. *Decision Support Systems*, 53(4), 835–845. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2012.05.021>
- Dumortier, J., Evans, K. S., Grebitus, C., & Martin, P. A. (2017). The Influence of Trust and Attitudes on the Purchase Frequency of Organic Produce. *Journal of International Food*

and *Agribusiness Marketing*, 29 (1), 46–69.  
<https://doi.org/10.1080/08974438.2016.1266565>

- Fullerton, G. (2005). The impact of brand commitment on loyalty to retail service brands. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 22(2), 97–110.  
<https://doi.org/10.1111/j.1936-4490.2005.tb00712.x>
- Giovanis, A., & Athanasopoulou, P. (2017). Gen Y-ers' brand loyalty drivers in emerging devices. *Marketing Intelligence and Planning*, 35(6), 805–821.  
<https://doi.org/10.1108/MIP-03-2017-0049>
- Hui Wang, Y., & Cheng Lee, C. (2016). Does Winning an Award Matter to Brand Trust and Purchase Intention? Evidence from Franklin Templeton Investments Department of Business Administration Department of Business Administration. *Journal of Business & Economic Policy*, 3(1), 75–81.
- Ishmael, & Dei, R. (2018). Effects of Service Quality and Customer Satisfaction on Repurchase Intention in Restaurants on University of Cape Coast Campus. *Journal of Tourism, Heritage & Services Marketing*, 4(1), 27–36.  
<http://doi.org/10.5281/zenodo.1247542>
- Iswayanti, I. P. (2010). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Harga, Dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada rumah makan “Soto Angkring Mas Boed” di Semarang). *Universitas Diponegoro Semarang*, 1–63.  
<http://eprints.undip.ac.id/23470/> diakses tanggal 25 juni 2020
- Japarianto, E., & Agatha, F. (2020). *Pengaruh Brand Trust Terhadap Customer Loyalty Dimediasi Oleh Customer Satisfaction Pada Pengguna Shopee di Surabaya*. 1–10.
- Juwariyah, S. (2019). Pengaruh Brand Image, Brand Trust dan Perceived Price Terhadap Repurchase Intention Pada Tiket Maskapai Penerbangan Lion Air (Studi Pada Mahasiswa/I Universitas Brawijaya Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 7(2), 1–11. <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/5978>
- Kotler dan Armstrong. (2012). *Principles of marketing*. Kotler dan Keller. (2012). *Marketing Management*. 768. <http://www.amazon.co.uk/Marketing-Management-Philip-R-Kotler/dp/0130336297>
- Kunja dan Acharyulu. (2018). Examining The Effect of Ewom on The Customer Purchase Intention Through Value Co-Creation (VCC) In Social Networking Sites (Sns) A Study Of Select Facebook Fan Pages of Smartphone Brands in India. *Management Research Review*. <https://doi.org/10.3390/info11120545>
- Kurniawan, H. (2015). Partial Least Square (PLS) sebagai Metode Alternatif Sem Berbasis Varians (LISREL) Dalam Eksplorasi Data Survey Dan Data Mining. *Telematika*, 7, 1–3.
- Mensah & Mensah. (2018). *Writings of John Mensah Sarbah by John Mensah Sarbah Tom Lodge (z-lib.org).pdf*.
- Phillip, K., Gus, M., Rodney, A., & John, A. (2003). Customer repurchase intention. *European Journal of Marketing*, 37(11), 1762–1800.

- Purwati. (2012). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Matic Beat (Studi Kasus pada PT. Nusantara SolarSakti). *Jurnal Ekonomi Dan Informasi Akuntansi (JENIUS)*.
- Pelanggan. Jakarta: PT Gramedia Pustaka . *Manufacturing Systems*, 15(1), 66. <https://doi.org/10.4324/9781351038669-8>
- Semuel, H., Claranita, L., & Petra, U. K. (2017). *Analisa pengaruh product quality terhadap brand loyalty dengan brand trust sebagai variabel mediasi pada madame chang surabaya*
- Semuel, H., & Wibisono, J. (2019). Brand Image, Customer Satisfaction Dan Customer Loyalty Jaringan Supermarket Superindo Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 13(1), 27–34. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.13.1.27-34>
- So, K. K. F., King, C., Sparks, B. A., & Wang, Y. (2016). The Role of Customer Engagement in Building Consumer Loyalty to Tourism Brands. *Journal of Travel Research*, 55(1), 64–78. <https://doi.org/10.1177/0047287514541008>
- Suryani, S., & Rosalina, S. S. (2019). Pengaruh Brand Image, Brand Trust, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderating (Studi pada Startup Business Unicorn Indonesia). *Journal of Business Studies*, 04(1), 49.

