

ISSN: 2407-0548



PROSIDING

SEMINAR NASIONAL, CALL for PAPERS & PkM

FORUM MANAJEMEN INDONESIA 13

*Redifining Management in the Post-Pandemic Era:
Issues, Challenges and Opportunities*



Hybrid Session (Online & Offline) | Claro Hotel | Makassar, 27-28 November 2021

HOST:



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUSLIM INDONESIA

FMI FORUM
MANAJEMEN
INDONESIA
KORWIL SULAWESI SELATAN

PROSIDING

FORUM MANAJEMEN INDONESIA 13

SEMINAR NASIONAL, CALL for PAPERS & PENGABDIAN kepada MASYARAKAT (PkM)

*Redefining Management in the Post-Pandemic Era;
Issues, Challenges, and Opportunities*

Claro Hotel, Makassar, Indonesia | 27-28 November 2021

Host

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muslim Indonesia
Forum Manajemen Indonesia, Korwil Sulawesi Selatan

Editor

Muhammad Ashoer
Jafar Basalamah



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUSLIM INDONESIA



MAIN HOST



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUSLIM INDONESIA



CO-HOST



UNIVERSITAS KATOLIK INDONESIA
ATMA JAYA
Tepercaya Kualitas Lulusannya



INDONESIA
BANKING
SCHOOL







PROSIDING NASIONAL

FORUM MANAJEMEN INDONESIA 13

SEMINAR NASIONAL, CALL for PAPERS & PENGABDIAN kepada MASYARAKAT (PkM)
Claro Hotel, Makassar, Indonesia I 27-28 November 2021

Tema:

Redefining Management in the Post-Pandemic Era; Issues, Challenges, and Opportunities

Penanggung Jawab:

Prof. Dr. Mahfud Nurnajamuddin, SE., MM

Panitia Pelaksana:

Ketua : Dr. Suriyanti, SE., MM
Bendahara : Dr. Serlin Serang, MSi
Sekretaris : Ajmal As'ad, SE., MM
Wakil Sekretaris : Fyrdha Faradyba Hamzah, SE., MM

Editor:

Muhammad Ashoer, SE., MM	Universitas Muslim Indonesia
Jafar Basalamah, SE., MM	Universitas Muslim Indonesia

Layout:

Munawir Nasir, SE., MM
Andi Faisal Bahari, SE., MM

Sampul:

Aditya Ferry Sugiarto

Penerbit:

Laboratorium Komputer, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muslim Indonesia
Alamat : Jl. Urip Sumoharjo, Km.5, Makassar, 90231
e-mail : panitia.fmi@umi.ac.id;
Website : www.fmi13.makassar.umi.ac.id; www.fmi.or.id

© FMI Korwil Sul-Sel dan FEB Universitas Muslim Indonesia (2021)

ISBN:

KATA PENGANTAR

KETUA PANITIA FMI 13 MAKASSAR 2021

Assalamu'alaikum, Wr. Wb.



Puji dan syukur kami haturkan segala keberkahan dan hidayah Allah Tuhan Yang Maha Esa. Pertama-tama, kami selaku Host Forum Manajemen Indonesia (FMI) 13 Makassar, yaitu Fakultas Ekonomi dan Bisnis, FEB UMI dan FMI Koordinator Wilayah Sulawesi Selatan, mengucapkan selamat datang kepada seluruh peserta Seminar Nasional, *Call for Papers*, dan PkM, di kota *Anging Mamiri*, Makassar. Selamat bergabung juga bagi Bapak/Ibu peserta webinar melalui ZOOM di kota masing-masing. Kegiatan ini bertema “*Redefining Management in the Post-Pandemic Era; Issues, Challenges, and Opportunities*”, dilaksanakan selama dua hari, yaitu tanggal 27-28 Nopember 2021. Agenda hari pertama ialah seminar, sesi Cfp, pengumuman dan penutupan,

sedangkan hari kedua akan diisi dengan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dan *city tour*.

Kedua, secara umum, ijinakan saya melaporkan total jumlah peserta baik itu online dan offline yang telah jauh melampaui target awal kami yaitu sebanyak 1052. Angka ini terdiri dari 141 universitas, dan tersebar di 63 kota/kabupaten di seluruh Indonesia. Selain itu, jumlah Co-Host yang bergabung sebanyak 44 universitas, dan ini betul-betul mengagetkan sekaligus membanggakan. Mengacu pada kedua data di atas, ini tentu menjadi rekor pencapaian tersendiri dalam sejarah pelaksanaan tahunan FMI dan ini fenomenal. Oleh karena itu, saya haturkan rasa terima kasih yang terdalam kepada seluruh Co-Host dan peserta FMI 13 atas kepercayaannya.

Terakhir, dan yang tidak kalah penting, ini semua tentu tidak dapat kami raih tanpa kerja keras panitia FMI 13 Makassar dan dukungan tim FMI Pusat yang tanpa lelah mempersiapkan semua hal terbaik yang Bapak/Ibu dapat nikmati saat ini. Terima kasih juga kepada seluruh pihak yang saya tidak dapat sebutkan satu per satu. Semoga FMI 13 ini dapat memberikan manfaat dan jika ada kekurangan, kami mohon maaf.

Salam Hormat,

Dr. Suriyanti

Ketua Panitia FMI 13 Makassar

Pengurus FMI KorWil Sulsel

Prodi Manajemen FEB UMI Makassar

KETUA UMUM FORUM MANAJEMEN INDONESIA

Assalamu'alaikum, Wr. Wb



Seminar Nasional dan Call for Paper FMI 2021 ini merupakan penegasan atas komitmen FMI dalam memfasilitasi pertukaran ide serta kolaborasi antara akademisi dan peneliti manajemen, untuk bekerjasama mendekonstruksi tantangan-tangganan manajemen. Pada tahun 2021 ini, seminar FMI diselenggarakan di Makassar dan bertindak sebagai penyelenggara adalah Koordinator Wilayah FMI Sulawesi Selatan, bersama dengan Tim dari FEB Universitas Muslim Indonesia (UMI) Makassar, dan afiliasi Kerjasama Co-Host antar Universitas.

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 Sumatera Selatan, dan Tim FEB Universitas Muslim Indonesia (UMI) Makassar, serta afiliasi kerjasama Co-Host antar Universitas, yang telah mempersiapkan segala sesuatunya dengan baik sehingga aktivitas Seminar Nasional dan Call for Papers FMI 2021 ini bisa berjalan sukses, secara Hybrid dengan Offline dan Online.

Akhir kata, saya ucapkan selamat datang di acara Seminar Nasional dan Call for Paper FMI 2021 di Makassar, Sulawesi Selatan. 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 KOORDINATOR WILAYAH SUL-SEL

Assalamu'alaikum, Wr. Wb



Puji syukur untuk kita semua, perlu kita mengucapkan rasa syukur kita dimana Tuhan telah memberikan limpahan rahmat, dan kasih sayangNya sehingga kita dapat menjalankan aktivitas kita sekarang ini dengan hikmat. Kita ketahui Bersama bahwa pandemik Covid-19 ini belum lah menjadi endemik. Forum Manajemen Indonesia (FMI) menjadi forum pertemuan dan komunikasi dosen maupun praktisi Manajemen di Perguruan Tinggi se-Indonesia, baik negeri maupun swasta dan beberapa perwakilan institusi negara.

Kami mengucapkan terima kasih pada pihak-pihak yang telah mendukung kegiatan ini, sehingga dapat terselenggara dengan baik. Ucapan terimakasih ini, secara khusus, kami sampaikan kepada bapak Dr. Sri Gunawan, DBA sebagai Ketua FMI Pusat, Dr. Suryanti, SE, MM selaku Ketua Panitia FMI 13, serta 43 perwakilan Perguruan Tinggi yang tergabung dalam Koordinator Wilayah Forum Manajemen Indonesia, dari sabang sampai Merauke. Saya juga haturkan terima kasih atas antusiasmenya semua, kami menyadari betul di era Covid ini sebagian aktifitas sangat dibatasi, dan jujur, kami tidak menyangka bahwa FMI kali ini sangat diminati.

Perlu saya sampaikan juga di forum ini bahwa jumlah peserta melebihi dari target awal kami, peserta yang mengikuti kegiatan ini secara daring maupun luring melebihi 1000 (seribu) orang, dan jumlah Co-Host yang berpartisipasi dalam acara kali ini sebanyak 43 universitas. Tentu jumlah ini menjadi rekor dari seluruh kegiatan FMI yang telah diadakan di kota-kota sebelumnya. Maka dari itu, tidak lupa pula saya sampaikan rasa terima kasih saya kepada seluruh panitia FMI 13 atas kerja keras dan semangat yang membara untuk kesuksesan acara ini.

Semoga kegiatan ini dapat membangun bangsa dan Negara kita tercinta, terutama berkaitan dengan pengembangan Ilmu Manajemen di Indonesia di era post-pandemic.

Salam,

Prof. Mahfud Nurnajamuddin

*Penanggung Jawab FMI 13 Makassar
Ketua Pengurus FMI Korwil Sulsel
Dekan FEB UMI Makassar*

SEKILAS FORUM MANAJEMEN INDONESIA (FMI)

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.

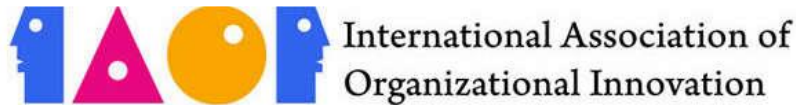
Demi mewujudkan semua harapan yang tertuang dalam pernyataan-pernyataan di atas, maka dideklarasikan pendirian Asosiasi Forum Manajemen Indonesia (FMI) pada 10 November 2008 di Surabaya.

— 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			ICOI-FMI International Conference and Call for Papers		
Tahun	Penyelenggara	Lokasi Aktivitas	Year	Location	Host University
2020	FMI Pengurus Pusat	Webinar Online	2020	Bangkok, Thailand	Krirk University
2019	FMI Korwil Kalimantan Timur & Utara	Hotel Bumi Senyur, Samarinda	2019	Ulsan, South Korea	Ulsan University
2018	FMI Korwil Sumatera Selatan	Hotel Horison, Palembang	2018	Fukuoka, Japan	Fukuoka University
2017	FMI Korwil Jawa Tengah	Hotel Patra, Semarang	2017	Weihai, China	Harbin Institute of Tech.
2016	Univ Tadulako / FMI Korwil Sul-Teng	Hotel Mercure, Palu	2016	Beijing, China	Beijing Univ of Chemical Tech.
2015	FMI Korwil Jakarta	Hotel Discovery, Jakarta	2015	Jogjakarta, Indonesia	Universitas Airlangga
2014	FMI Korwil Sumatra Utara	Hotel Grand Aston, Medan	2014	Manila, Philipines	De La Salle University
2013	FMI Korwil Kalimantan	Hotel Mercure, Pontianak	2013	Hua Hin, Thailand	Suan Sunandha Rajabhat Univ.
2012	FMI Korwil Jogjakarta	Hotel Inna Garuda, Jogja	2012	Surabaya, Indonesia	Universitas Airlangga
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			

Information regarding collaboration of FMI Indonesia and IAIO 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. IAIO contributes to a better understanding, practice and acceptance of creativity and innovation internationally. The IAIO 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), join 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 2019 – Ulsan, South Korea
- ICOI 2018 – Fukuoka, Japan
- ICOI 2017 – Weihai, China
- ICOI 2016 – Beijing, China
- ICOI 2015 – Jogjakarta, Indonesia
- ICOI 2014 – Manila, Philippines
- ICOI 2013 – Hua Hin, Thailand
- ICOI 2012 – Surabaya, Indonesia
- ICOI 2011 – Kuala Lumpur, Malaysia
- ICOI 2010 – Bangkok, Thailand
- ICOI 2009 – Xian, China
- ICOI 2008 – Nanjing, China
- ICOI 2007 – Shanghai, China

DAFTAR CO-HOST FMI 13 MAKASSAR

No	Universitas	Kota
1	Universitas Airlangga	Surabaya
2	Universitas Katolik Indonesia Atmajaya	Jakarta
3	Universitas Negeri Makassar	Makassar
4	Universitas International Semen Indonesia	Gresik
5	School of Business Makassar (Universitas Ciputra)	Makassar
6	Universitas Negeri Yogyakarta	Yogyakarta
7	STIE Indonesia Banking School	Jakarta
8	Universitas Islam Lamongan	Lamongan
9	Universitas Siliwangi	Tasikmalaya
10	Universitas Kristen Indonesia Toraja	Toraja
11	STIE Bank BPD Jawa Tengah	Semarang
12	Universitas Lamappoleonro	Soppeng
13	Universitas Stikubank	Semarang
14	Universitas Wirajaja	Sumenep
15	Universitas Mercubuana	Jakarta
16	Universitas Jenderal Soedirman	Medan
17	Universitas Katolik Soegijapranata	Semarang
18	Universitas Wijaya Putra	Surabaya
19	Universitas Pendidikan Indonesia	Bandung
20	Universitas Pembangunan Nasional "Veteran"	Surabaya
21	Universitas Galuh	Ciamis
22	Universitas Pakuan	Bogor
23	Universitas Pertamina	Jakarta
24	Universitas Muhammadiyah Luwuk Banggai	Luwu Banggai
25	Universitas Andi Djemma	Palopo
26	Universitas Sintuwu Maroso	Poso
27	Universitas Methodist Indonesia	Medan
28	Universitas Lambung Mangkurat	Banjarmasin
29	Universitas Bangka Belitung	Bangka Belitung

No	Universitas	Kota
30	Universitas Udayana	Bali
31	Univresitas Islam Malang	Malang
32	UIN Syarif Hidayatullah	Jakarta
33	Universitas Islam Indonesia	Yogyakarta
34	STIE Widya Praja	Grogot, Kaltim
35	Universitas Muhammadiyah Pare-pare	Pare-pare
36	Universitas Multi Data Palembang	Palembang
37	STIESIA Surabaya	Surabaya
38	Universitas Negeri Malang	Malang
39	Universitas Tomakaka	Mamuju
40	Universitas Mataram	Mataram
41	Universitas Telkom	Bandung
42	Universitas Islam Riau	Riau
43	Universitas Dhyana Pura	Bali
44	Universitas Katolik De La Salle	Manado

*Profil lengkap CoHost dapat diakses di www.fmi.or.id/ www.fmi13makassar.umi.ac.id

DAFTAR REVIEWER

Nama	Bidang Kepakaran	Afiliasi
Dr. Abdul Samad A., S.E., M.Si	Manajemen Pemasaran	Universitas Fajar
Novy Anggraini, S.P., M.M.	Manajemen Pemasaran	Universitas Muhammadiyah Sukabumi
Dr. Anshar Daud, ST, MM, CPM(A)	Manajemen Strategi	STIE NOBEL Indonesia
Hengki Mangiring Parulian Simarmata, S.Si., M.M	Kewirausahaan	Politeknik Bisnis Indonesia
Dr. Hj.St.Hatidja.SE.M.Pd.CPAM	Kewirausahaan	STIE AMKOP
Jupeth Toriano Pentang	Sosial Science	Western Philippines University
Adi Susilo jahja	Manajemen Pemasaran	Institut Perbanas, Jakarta
Dr.Hj.Ida Farida, S.E.,M.M	Manajemen Pemasaran	Institut Agama Islam Negeri Bone
Mariana Simanjuntak, M.Sc.	Manajemen Pemasaran	Institut Teknologi Del,
Dr. Edwin Basmar, SE., MM., CAFS	Manajemen Keuangan	STIE AMKOP
Dr. Darmawan Napitupulu, ST, M.Kom	Social Science	Badan Riset dan Inovasi Nasional (BRIN)
Dr. Abdul Razak Munir, SE, M.Si, M.Mktg, C.MP	Manajemen Pemasaran	Universitas Hasanuddin
Dr. Nurfadhilah, S.E., M.M.	Manajemen Pemasaran	Institut Agama Islam Negeri Parepare
Dr. Muhammad Irfai Sohilauw., S.Kom., M.M	Manajemen Keuangan	STIEM Bongaya Makassar
Dr. Bakhtiar Tijjang, S.E., M.M	Manajemen Pemasaran	Institut Ilmu Sosial Dan Bisnis Andi Sapada
Dr. Tifa Noer Amelia, S.E., M.Acc.	Kewirausahaan	Perbanas Institute
Dr. Laily Nurhayati, SE., MSi	Manajemen Pemasaran	IAIN Manado
Dr. Rini Mastuti, M. P	Kewirausahaan	Universitas Samudra
Dr. Indrie Debbie Palandeng, SE., M.Si	Operasional & Strategi	Universitas Sam Ratulangi

DAFTAR ISI

MAIN HOST	iii
PROSIDING NASIONAL.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
SEKILAS FMI.....	ix
DAFTAR COHOST FMI 13 MAKASSAR.....	xi
DAFTAR REVIEWER.....	xiii
DAFTAR ISI	xiv
LIST OF ACCEPTED ABSTRACT	xv
PARALLEL SESSIONS	xxxv

LIST OF ACCEPTED ABSTRACT

TOPIK 1: KEWIRAUSAHAAN DAN MANAJEMEN UKM

Faktor Stimulan Minat Wirausaha pada Komunitas Pemuda Desa Gelam Jaya Kabupaten Tangerang Setelah Mengikuti Pendampingan Pengenalan Strategi Avp (Availability, Visibility, Promotion)	1
<i>Sonny Santosa</i>	
Model Integratif Berkelanjutan, Economic Resilience Pelaku Ekonomi Kreatif Untuk Meningkatkan Kepatuhan Wajib Pajak di Era New Normal	2
<i>Jeni Susyanti, Noor Shodiq Askandar, Siti Aminah Anwar, Ahmad Dahlan</i>	
Improvement of Smes Performance: Role of Knowledge Sharing, Product Innovation, Knowledge Absorptive Capacity	3
<i>Mulyana, Gading Dewa Bagaskara</i>	
Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Gender terhadap Intensi Kewirausahaan pada Mahasiswa	4
<i>Zulhawati</i>	
Implementasi Diamond Porter Membangun Strategi Keunggulan Bersaing pada Pertokoan Cahaya Bumi Slamet (CBS) Martapura	5
<i>Akhmad Supriyanto, Gt. Rina Fariany, Aditya Ferdiawan, A. Yuga Prasetyo</i>	
Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Penggunaan Teknologi, Informasi dan Komunikasi (TIK) terhadap Keunggulan Bersaing; Inovasi Produk Umkm Tangerang Selatan	6
<i>Yennida Parmariza, Dita Silvy Ayu Pratiwi</i>	
The Role of Institutional Infrastructure And Culture in Shaping Entrepreneurial Intention	7
<i>I Wayan Santika, Komang Agus Satria Pramudana</i>	
Pemberdayaan Usaha Kecil Menengah dalam Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi Daerah Provinsi Sumatera Utara	8
<i>Mislan Sihite</i>	
Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Daya Saing Bumdesa di Era Revolusi Industri 4.0	9
<i>Herman, Dion Achmad Armadi</i>	
Sinergi Inovasi, Modal Budaya dan Partisipasi Masyarakat dalam Menciptakan Kesejahteraan Umkm	10
<i>I Made Sara, Ni Putu Riasning, Made Setini</i>	
Peranan Personal dalam Memediasi Pendidikan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha (Studi Mahasiswa Manajemen S1 pada Stiesia Surabaya)	11
<i>Rismawati, Dewi Urip Wahyuni, Triyonowati</i>	
Strategi Inovasi terhadap Meningkatkan Kinerja Kreatif Industri	12
<i>Ni Made Wahyuni, I Made Sara, Made Setini</i>	

Peran Mediasi Inovasi Produk dan Proses pada Hubungan Antara Knowledge Management terhadap Kinerja Operasional Umkm di Yogyakarta <i>Siti Nursyamsiah, Muhammad Hanan Setiafendi</i>	13
---	----

Halal Awareness Produk Minuman Korean Sparkling Water Mojiso Terhadap Minat Beli Konsumen Muslim Penggemar Drama Korea <i>Cynthia Renita Putri, Harun Al Rasyid, Abdul Syakur</i>	14
--	----

Wisata Halal Untuk Mencapai Pembangunan Ekonomi Masyarakat Desa Wisata Pujon <i>Ahmad Rofiq Zakaria, Ahsani Taqwiem</i>	15
--	----

Pengaruh Attitude, Norma Serta Self Efficacy dalam Meningkatkan Minat Berwirausaha Dimoderasi oleh Pendidikan Kewirausahaan (Studi pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Yapis Papua) <i>Abdul Rasyid, Zakaria, Saling</i>	16
--	----

TOPIK 2: MANAJEMEN KEUANGAN

Pengaruh Dividend Yield dan Dividend Payout Ratio terhadap Volatilitas Harga Saham pada Saham Blue Chip di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2018 <i>Dharmayanti Pri Handini, Arga Rizki Setiyanto</i>	17
---	----

Analisis Reaksi Pasar Modal Sebelum dan Sesudah Pengumuman Pengesahan Presiden Amerika Serikat Tahun 2021 (Studi Saham Sektor Pertambangan) <i>Adinda Siti Az-Zahra, Erric Wijaya</i>	18
--	----

Pengaruh Pengawasan Melekat, Audit Internal, dan Good Corporate Governance terhadap Fraud pada Bisnis Mekaar PT. Permodalan Nasional Madani (Persero) <i>Sparta, Muhammad Ismail</i>	19
---	----

Pengaruh Debt Equity Ratio, Return on Asset dan Net Profit Margin <i>Dian Primanita Oktasari, Septiani Juniarti, Cut Edwina Safia Oebit</i>	20
--	----

Analisis Tingkat Kesehatan Bank dengan Metode Risk Based Bank Rating (RBBR) pada Bank Yang Listing di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2018 <i>Sukma Aini</i>	21
---	----

Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Kinerja dan Keberlanjutan Usaha Umkm Kabupaten Jember <i>Muhammad Ilham Naufal, Eko Purwanto</i>	22
---	----

Pengaruh Kecukupan Modal dan Kualitas Aktiva Produktif (KAP) terhadap Profitabilitas pada PT. Bprs Harta Insan Karimah Makassar (Periode 2017-2019) <i>Muhammad Anugrah Ardhana, Nur Aprianti Usman, Syamsuddin Bidol, Alifia Meiliska</i>	23
---	----

Pengaruh Good Corporate Governance Ukuran Perusahaan terhadap Harga Saham pada Perusahaan Manufaktur Yang Tercatat pada Bei Periode Tahun 2017-2019	24
<i>Lanto Miriatin Amali, Selvi</i>	
Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Investasi Nasabah Galeri Investasi BEI FEB UNRIKA	25
<i>Catur Fatchu Ukhriyawati, Juliani Siregar, Ravika Permata Hati</i>	
Stock Selection Skill dan Fund Size terhadap Kinerja Reksadana Saham di Indonesia	26
<i>Musdalifah Azis, Akhmad Tirta Yasa</i>	
Dampak Penerapan Insentif Pajak dan Pelayanan Fiskus terhadap Tingkat Kepatuhan WPOP Kota Batam Masa Pandemi Covid-19 Tahun 2020	27
<i>Oktavianti, Ravika Permata Hati, Catur Fatchu Ukhriyawati</i>	
Reaksi Pasar Sebagai Akibat Pengumuman Penurunan Suku Bunga The FED	28
<i>Luh Gede Sri Artini</i>	
Pengaruh Nilai Perusahaan, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Struktur Modal pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2018-2019	29
<i>Sri Rahayu, Rafiqah Asaff, Mursida</i>	
Determinasi Pengambilan Keputusan Investasi Saham (Studi pada Investor di Kota Denpasar-Bali)	30
<i>Made Intan Berliana Lestari Dewi, Ni Luh Putu Wiagustini</i>	
Analisis Tingkat Risiko Kredit pada PT. Bank Mandiri Unit Mikro Kcp Makassar Soppeng	31
<i>Masyadi</i>	
Akuntabilitas Pengelolaan Keuangan Pekan Olahraga Nasional (PON) XX Tahun 2021 di Provinsi Papua	32
<i>Muhammad Ridwan Rumasukun, Yana Ameliana Yunus, Mohammad Aldrin Akbar</i>	
Pengaruh Kemampuan Dinamis terhadap Manajemen Pengetahuan dan Kinerja Keuangan Pdam di Pulau Jawa	33
<i>Ady Setiawan, Rini Rahmawati, Asrid Juniar</i>	
Analisis Pengaruh Literasi Keuangan, Motivasi Investasi dan Lingkungan Keluarga terhadap Minat Investasi Mahasiswa di Pasar Modal	34
<i>Nurjanti Takarini, Astried Nurizzqy Savanah</i>	
Social Capital : Antesenden dan Implikasinya terhadap Pertumbuhan Umkm Industri Furnitur di Jawa Tengah (Model Konseptual)	35
<i>Zaenudin, Lutfi Nurcholis, Ibnu Khajar</i>	
Pengaruh Kearifan Lokal (Local Wisdom) dalam Penyusunan Anggaran di Kota Parepare	36
<i>Yadi Arodhiskara, Jumriani, Fajar Ladung</i>	
Perspektif Gender dalam Pengambilan Keputusan Investasi di Pasar Modal	37
<i>Ica Rika Candraningrat</i>	

Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Struktur Modal, dan Ukuran Perusahaan terhadap Profitabilitas (Studi pada Perusahaan Otomotif dan Komponen pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Dibursa Efek Indonesia Tahun 2017-2019)	38
<i>Arfianty, Alif Sulfi Ardillah, Nurwani</i>	
Pengumuman Covid-19 Oleh Pemerintah Republik Indonesia Mempunyai Kandungan Informasi	39
<i>Luthfi Indrawan Prasetya, Kartini</i>	
Pengaruh Asimetri Informasi terhadap Agresivitas Pajak dengan Manajemen Laba Sebagai Variabel Intervening	40
<i>Anna Maria Setya Danggur, Xaveria Indri Prasasyaningsih</i>	
Pengaruh Akuntabilitas dan Transparansi terhadap Kualitas Laporan Keuangan pada Badan Pengelola Keuangan Daerah (Bpkd) Kabupaten Sidrap	41
<i>Imran Rosadi, Hardiyanti</i>	
Proyeksi Kebangkrutan pada Perusahaan Indeks Lq45 di Bursa Efek Indonesia	42
<i>Anwar, Nurman, Zainal Ruma, Sitti Hasbiah</i>	
Pengaruh Pengetahuan Keuangan, Sikap Keuangan dan Kepribadian terhadap Perilaku Manajemen Keuangan pada Pelaku Umkm Peternakan Ayam Petelur Kab.Sidenreng Rappang	43
<i>Sri Rezky Handayani Muhtasar, Ahmad Abduhrauf</i>	
Pengaruh Kompetensi Sumber Daya Manusia, Dukungan Teknologi Informasi dan Sistem Pengendalian Internal Terhadap Good Government Governance dan Kinerja Pengelolaan Keuangan Daerah	44
<i>Mahfudnurnadjamuddin, Budiandriani</i>	
Pengaruh Intellectual Capital Dan Asset and Liability Management Terhadap Kinerja Keuangan Dan Nilai Perusahaan Pada Bank Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia	45
<i>Budiandriani, Mahfudnurnajamuddin</i>	
Pengaruh Kompetensi ASN dan Sistem Pengendalian Mutu Internal Keuangan Dalam Mewujudkan Good Corporate Governance dan Kualitas Informasi Laporan Keuangan di Kota Makassar	46
<i>Fyrdha Faradyba Hamzah, Lukman Chalid</i>	
Pengaruh Struktur Kepemilikan, Faktor Fundamental dan Analisis Teknikal Terhadap Return Saham dan Nilai Perusahaan Manufaktur yang tercatat di Bursa Efek Indonesia	47
<i>Nurpadila</i>	
Penilaian Profil Risiko Terhadap Kecukupan Modal Inti: Capital Adequacy TIER & Strategy	48
<i>Andi Nirwana Nur</i>	
Penyusunan Laporan Keuangan Organisasi Pengelola Zakat Di Kabupaten Cirebon	49
<i>Isrin Hikmayanti, Maslichah, Irma Hidayati</i>	

Kualitas Audit Dengan Etika Auditor Sebagai Pemoderasi Pada Kantor Akuntan Publik Di Malang	50
<i>Lilis Karlina, Nur Diana, Dewi Dyah Fakhriyyah</i>	
Opini Audit, Financial Distress, Dan Pertumbuhan Perusahaan Klien Terhadap Auditor Switching	51
<i>Vivi Dyah Sripenganti, M. Cholid Mawardi, Nur Diana</i>	
Harga Saham Sektor Properti Dan Real Estate Yang Listing Di Bei Saat Pandemi Covid-19	52
<i>Ayu Rahayu Febriyanti, Afifudin, Arista Kartika Sari</i>	
Persistensi Laba, Growth Opportunity, Capital Structure, Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Return Saham	53
<i>Vira Sevitiana, Junaidi, Hariri</i>	
Pengaruh Kinerja Pasar dan Kinerja Perusahaan terhadap Harga Saham pada Perusahaan Kimia Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia	54
<i>Try Prasetyo Wibowo, Sri Mulyati</i>	
Current Ratio, Return On Assets, Debt To Equity Ratio, Total Asset Turnover Dan Price Earning Ratio Terhadap Tingkat Return Saham Pada Perusahaan Sub Sektor Transportasi	55
<i>Radityatama Remy Prasetya, Widuri Kurniasari</i>	
Pengaruh Profitabilitas, Corporate Social Responsibility dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan	56
<i>Sudjono, Ahmad Badawi Saluy</i>	
Pengaruh Return on Asset (ROA), Capital Adequacy Ratio(CAR) Dan Financing to Deposit Ratio (FDR) Terhadap Non Performing Financing (NPF) Pembiayaan Mikro pada perbankan syariah (Studi Empiris Pada PT. Bank BTPN Syariah Tbk)	57
<i>Yuliarti Rezeki, Nurul Hidayah, Muhammad Mahendra Abdi, Lisa Norsari</i>	
Pengaruh Faktor Fundamental Mikro Makro Terhadap Harga Saham Sektor Perbankan	58
<i>Yuliarti Rezeki, Dyah Sri Wulandari, Linda Kusumawati</i>	
Pengaruh Motivasi Intrinsik Dan Ekstrinsik Masyarakat Indonesia Dalam Melakukan Donasi Terhadap Charity-Based Crowdfunding	59
<i>Veldyan Wisnu Hapsara, Sutrisno</i>	
Pengaruh Literasi Dan Bias Keuangan Terhadap Keputusan Investasi	60
<i>Muhammad Faris Ekatama, Sutrisno</i>	
Pengaruh Corporate Governance terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Intervening	61
<i>Dhafin Fathur Rozi, D. Agus Harjito</i>	
An Investigation of Financial Risk-Taking Behavior during Crisis for Formulating Crisis Management: Case of Indonesia Capital Market	62
<i>Alfiandi Imam Mawardi, Eko Purwanto</i>	
Faktor Tata Kelola Dan Keuangan Berpengaruh Pada Penghindaran Pajak	63
<i>Vidiyanna Rizal Putri, Nor Balkish Zakaria, Jamaliah Said</i>	

Faktor Psikologis Mempengaruhi Keputusan Investasi Kelompok Mahasiswa Investor Pasar Modal Di Jakarta Selatan 64

Ossi Ferli, Cindy Triyas Ambarwati, Mutiara

Analisis Anomali Ramadhan Effect Pada Saham Yang Terdaftar Dalam Jakarta Islamic Index (JII) 65

Yulia Annisa, Nurfauziah

Bagaimana Keuntungan Trader Pada Hari Pertama Pada Pasar Sekunder Setelah Harga Penawaran Pada Saat Ipo 66

Mellisa Fitri Andriyani Muzakir

Konsentrasi Dan Identitas Kepemilikan Serta Kinerja Perusahaan Pada Sub-Sektor Otomotif Dan Komponen Di Indonesia 67

Khoirina Noor Anindya

Pengaruh Perkembangan Kasus Positif, Kematian, dan Kesembuhan Per-hari Covid-19 Terhadap Harga Saham di Bursa Efek Indonesia 68

Cindy Yoel Tanesia, Yuyun Karystin Meilisa Suade, Agus Arman

TOPIK 3: MANAJEMEN PEMASARAN

Pemasaran Hijau dan Sumber Daya Manusia Hijau pada Perusahaan Proper di Semarang 69

Maria Yosephine D. H. Agustini, Agatha Ferijani

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Laptop Asus dengan Harga Sebagai Variabel Pemoderasi 70

Novita Kumala Sari, Muh. Hidayat, Mujahid, Nasyirah Nurdin, Ilham Safar

Aplikasi Tam terhadap Kepuasan Pengguna Mobile Smartphone di Masa Pandemi Covid-19 71

Yohan Wismantoro, Vincent Didiek Wiet Aryanto, Pulung Nurtantio Andono

Pengaruh Product Placement dalam Drama Korea (Eksplorasi Peran Cooi dalam Mendorong Brand Loyalty) 72

Farhan Abdurrazaq, Meta Andriani

Eksplorasi Toe Framework dan Pemasaran Media Sosial pada UMKM Digital Sebagai Peluang di Masa Pandemi Covid 19 73

Wilma Cordelia Izaak, Nanik Hariyana

Pengaruh Personal Selling, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Manfaat terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Jenius Bank BTPN 74

Sugeng Purwanto, Krisna Mutiara Wati

Pengaruh Social Media Influencer dan E-WOM terhadap Brand Image Serta Dampaknya terhadap Purchase Intention 75

Tri Adhi Santoso

Penyelesaian Sengketa Konsumen E-Commerce Melalui Penerapan ODR di Indonesia	76
<i>Muhammad Nur Udpa</i>	
Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian Produk Pangan Organik	77
<i>Mg Westri Kekalih Susilowati, Angelina Ika R, Retno Yustini</i>	
Pengaruh Asosiasi Merek dan Kesan Kualitas terhadap Minat Beli Masyarakat (Studi pada Sentra Industri Sepatu Cibaduyut)	78
<i>Anny Nurbasari Rekmana, R. Gegha Para Kamanda</i>	
Peran Brand Image Memediasi Pengaruh Green Marketing terhadap Keputusan Pembelian	79
<i>Ni Made Sinta Erisma Dewi, I Gusti Ayu Ketut Giantari</i>	
Pengaruh Kualitas Pelayanan Produk Tapemda Plus terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Sulselbar Cabang Parepare	80
<i>Pandi Putra, Nurfatahillah</i>	
Pengaruh Citra Merek dan E-WOM dalam Minat Beli Online Melalui Aplikasi Shopee pada Masyarakat di Jogjakarta	81
<i>Muchamad Dicky Setiawan, Murwanto Sigit</i>	
Peningkatan Partnership Performance Melalui Marketing Partnership dan Partnership Quality	82
<i>Alifah Ratnawati</i>	
Peningkatan Kinerja Pemasaran Ukm Batik Solo Melalui Orientasi Pasar	83
<i>Noor Kholis, M. Gicha Wirdanu</i>	
Strategi Peningkatan Ekspor Barang Ukm Melalui Pendekatan Perilaku Konsumen Global Saat Pandemi Covid-19 dengan Model Muslimpreneur	84
<i>Hanny Nurlatifah, Satrio Aprian</i>	
Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada Rumah Makan Sagena di Belopa Kabupaten Luwu	85
<i>Bella Magfira, Nurjannah, Muhammad Haekal Yunus</i>	
Pengaruh Ekuistas Merek terhadap Kesetiaan Pelanggan Starbucks di Mediasi Oleh Kepercayaan Merek	86
<i>Dorothy R.H.P, Qorina Qurrota, Aina Haura</i>	
Perilaku Niat Beli Kembali pada Situs Belanja Online di Tengah Pandemi Covid-19 : Studi pada Pelanggan Situs Shopee	87
<i>Ni Kadek Aprilia Yurika Sari, Ni Made Rastini</i>	
Dampak Pengakuan Peluang dan Pendidikan Kewirausahaan terhadap Niat Berwirausaha	88
<i>I Nyoman Nurcaya</i>	
Niat Beli Pengguna Marketplace dengan Kekuatan Iklan dan Brand Awareness Saat Pasca Covid-19	89
<i>Dewa Ayu Shita Setiari, Ni Wayan Ekawati</i>	

Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Atmosfer Toko terhadap Niat Beli Ulang pada Konsumen H&M <i>Ni Wayan Prika Adiantari, Ni Ketut Seminari Ni Ketut Seminari</i>	90
Pengaruh Persepsi Covid-19, Subjektif Norm, dan Persepsi Manfaat terhadap Sikap dan Perilaku Menggunakan Masker Medis Secara Kontinyu <i>Ni Nyoman Kerti Yasa, I Gusti Ngurah Jaya Agung Widagda K., I Gusti Ayu Ketut Giantari</i>	91
Determination of Consumer Satisfaction Interest To Following And Recommendations For Using Business Communication on Tiktok Social Media <i>Maria Ulfa, Sumadi</i>	92
Pengaruh Faktor Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand Sanitaizer dalam Usaha Mencegah Penyebaran Covid-19 <i>Holmes Rolandy Kapuy, Gusstiawan Raimanu</i>	93
Pengaruh Manajemen Hubungan Pelanggan, Kualitas Pelayanan, Penanganan Keluhan dan Kualitas Produk terhadap Kepercayaan Oleh Kepuasan Pelanggan di Perusahaan Daerah Air Minum Jayapura <i>Entis Sutisna, Entar Sutisman</i>	94
Does Lifestyle Influence The Customer Decision in Evaluating Their Alternatives? <i>Yanto Ramli, Erna Sofriana Imaningsih, Aldina Shiratina</i>	95
Memahami Proses Pengambilan Keputusan pada Pelaku Compulsive Buying Produk Berlian di Indonesia <i>Raden Johnny Hadi Raharjo</i>	96
Pengelolaan Potensi Desa Catur Sebagai Desa Wisata Herbal Pasca Pandemi Covid-19 di Kabupaten Bangli, Bali <i>I Gusti Bagus Rai Utama, Christimulia Purnama Trimurti, Putu Chris Susanto, I Putu Darmawijaya, Ni Putu Dyah Krismawintari</i>	97
Pemasaran Produk Telang Tea Herbal Sebagai Upaya Kreatif Pemberdayaan Wanita Desa Wisata Catur Kintamani Bangli Bali <i>Ni Putu Dyah Krismawintari, I Putu Darmawijaya, I Gusti Bagus Rai Utama, Ni Luh Putu Ari Santi Dewi, Ni Putu Artawidya Meisha, Sang Made Widhi Wiguna</i>	98
Kegagalan Layanan Selama Pandemi Covid-19: Pentingnya Pemulihan Layanan Untuk Meningkatkan Pengalaman Positif, Kepuasan, dan Minat Membeli Ulang <i>Elia Ardyan, Justin Wijaya, Sinar Dharmayana Putra, Carolina Novi Mustikarini</i>	99
How Functionality Creates Shopping Well-Being At The Malls As Common Life Styles Amongst Cities' Residents <i>Ajifah Nur Hasanah, Ratna Roostika</i>	100

Perubahan Pola Strategi Pemasaran dengan Content Marketing Strategy Untuk Memaksimalkan Penjualan Produk Pelaku Bisnis Wanita Sentra UMKM di Sumatera Utara	101
<i>Beby K.F. Sembiring., Endang Sulistya Rini, Tetty Yuliaty</i>	
Shopping Lifestyle pada Impulse Buying di E-Commerce	102
<i>Nuruni Ika K.W., Arief Budiman, Yoga Prathama P.</i>	
Analisis Pengaruh Persepsi Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Minuman Coca-Cola pada PT. Coca-Cola Amatil Indonesia Cabang Medan	103
<i>Remus Silalahi, Jon Henri Purba</i>	
Pengaruh Orientasi Pasar dan Dukungan Pemerintah terhadap Keunggulan Bersaing Melalui Inovasi (Studi pada UMKM di Provinsi Yogyakarta)	104
<i>Sahrial G, Anas Hidayat</i>	
Analysis of BSD City's Modern Market Advantages in The Midst of Modern Market Competition in South Tangerang City	105
<i>Sonny Indrajaya, Tine Yuliantini</i>	
Peran Nilai Religi dalam Value Co-Creation Menuju Sustainable Competitive Advantage	106
<i>Ken Sudarti</i>	
Persepsi Kegunaan, Kemudahan, Risiko dan Kepercayaan Serta Pengaruhnya terhadap Niat Menggunakan Mobile Banking pada Nasabah Bank Mandiri Cabang Kabanjahe	107
<i>Winarto, Try Yulita Br. Surbakti, Junika Napitupulu</i>	
Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Daya Tarik Iklan terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan (Studi Kasus pada Konsumen Produk Mie Sedaap di Medan)	108
<i>Maludin Panjaitan, Junita Siburian, Winarto</i>	
Analisis Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Pembentukan Loyalitas Pelanggan pada PT. Pelayaran Nasional Indonesia (Persero) Cabang Medan	109
<i>Sri Rejeki Manurung, Mislan Sihite, Tiur Rajagukguk</i>	
Peran Promosi Penjualan dalam Modifikasi Implementasi Technology Acceptance Model (Tam) pada Minat Menggunakan E-Wallet di Kota Denpasar	110
<i>I Gede Nandya Oktora Panasea, Ni Kadek Erliani</i>	
Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Belanja Online	111
<i>Nizam M. Andrianto, Yulius Edo Praditya</i>	
Factors That Influence Consumer Purchase Intention on Indonesian Local Brand Futsal Shoes	112
<i>Gilang Dwiki Primandhany, Anas Hidayat</i>	
The Role of Celebrity Credibility And Religious Intrinsic Toward Wardah (Halal) Cosmetic Ads	113
<i>Dian Ma'rifatun Z S, Anas Hidayat, Sri Rejeki Ekasasi</i>	

<i>The Role Of Customer Relationship Management Quality And Customer Value On Customer Loyalty In The Case Of Mcdonald's Fast-Food Restaurant</i> Monika Ayu R F, Anas Hidayat, Asmai Ishak	114
Mampukah Tercipta Eco-Tourism Yang Berkelanjutan? Strategi Digitalisasi Pemasaran, Pemerintah dan Keafikan Lokal Wisata Made Setini, I Made Sara	115
Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Memilih Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar Andi Mappatempo, Buyung Romadhoni, Syafaruddin, Ambo Ulang	116
Peran Inovasi Berkelanjutan Sebagai Pemediasi Penginderaan Pasar dan Penguasaan Ceruk Pasar (Studi Empirik pada Umkm Batik) Sudarwati, Ahmad Ikhwan Setiawan	117
Unusual Buying di Masa Pandemi Covid-19: Pengaruh Persepsi Keparahan dan Cyberchondria Julina, Saipul Al Sukri, Fakhrurrozi	118
Efektivitas Strategi Visual Aesthetics dan Message Orientation pada Pembentukan Consumer Engagement Konten Instagram Destinasi Wisata Indonesia Sony Kusumasondjaja	119
Modifikasi Model Utaut dengan Knowledge of Covid-19 Sebagai Moderasi; Studi Empiris pada Pengguna Aplikasi Sharing Economy Alvin Adam, Muhammad Ashoer, Mapparenta, Rastina Kalla	120
Pengaruh Pemasaran Online, Pelayanan dan Etika Bisnis terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi pada Konsumen Produk Kosmetik Wardah Online di Makassar) Jeni Kamase	121
Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Tingkat Kepuasan Pasien Pada Klinik Azka Medika Makassar Hastuti Mulang	122
Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Pegadaian Ackhriansyah Ahmad Gani	123
Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Ahmad Yani Makassar Fitri Mandung	124
Menggali Orientasi Inovasi, Pelanggan, Pesaing dan Koordinasi Antar Fungsi Terhadap Kinerja Pasar UKM: Perspektif RBV dan SCP Taupan	125
Pengaruh Customer Relationship Management (CRM) Terhadap Loyalitas Pada Bank Muamalat Cabang Makassar Di Kota Makassar Ratna Dewi	126

Analisis Rendahnya Minat Masyarakat Berinvestasi Melalui Reksadana <i>Kasnaeny Karim, Muhammad Jibril Tajibu</i>	127
Pengaruh Komitmen Dan Kompetensi Pegawai Terhadap Nilai Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Bank Bni 46 Di Kota Makassar <i>Amirah Kallabe</i>	128
Pengaruh Kreatifitas Dan Inovasi Terhadap Kewirausahaan Kuliner Rumah Makan Di Kota Di Makassar <i>St. Rahmi Razak, Ratna Dewi</i>	129
E-CRM Dan Customer Experience Terhadap Kepuasan Dan Dampaknya Pada Loyalitas Konsumen Media Online <i>Muh Haerdiansyah Syahnur, Jafar Basalamah, Khaerunnisa Nur Fatimah S.</i>	130
Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Industri Pelayaran <i>Mahathir Mohammad, Erick Karunia, Ulyana Mahmud, Mulyana Machmud</i>	131
Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Dealer Mobil Toyota Cabang Urip Sumohardjo Makassar <i>Amir</i>	132
Analisis Webqual: Meningkatkan Kepercayaan dan Kepuasan Konsumen Online Shop Bukalapak <i>Andi Faisal Bahari, Sabri Hasan, Haerdiansyah Syahnur</i>	133
Peran <i>Electronic-Word Of Mouth, Electronic Satisfaction, Dan Online Buying Experience</i> Pada Niat Beli Ulang Secara Online <i>RR. Siti Muslikhah</i>	134
E-Service Quality Dan Product Quality Serta Dampaknya Bagi E-Satisfaction Pelanggan Millenial Ritel Online Di Era Pandemi Covid 19 <i>Maisaroh</i>	135
Pengaruh Respon Positif Advertising Instagram Feed Terhadap Niat Pembelian Konsumen <i>Budi Astuti</i>	136
Implikasi Strategi Public Relation Terhadap Preferensi Wisatawan <i>Amir Jaya</i>	137
Pengaruh Event Marketing dan Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Pengunjung Di CMP Palopo <i>Suraidah Sarbia, Widhi Nugraha</i>	138
Tinjauan Literatur Perilaku Pelanggan Dalam Pemasaran Digital <i>Doni Wihartika, Rika Yuliyanti</i>	139
Muslim Religiosity Sebagai Penentu Utama Keberlanjutan UMKM Pada Era Pandemi Covid-19 <i>Santi Rimadias</i>	140

TOPIK 4: MANAJEMEN SDM

Penerapan Konsep Total Quality Management pada Ukm di Kota Makassar (Studi Kasus pada Usaha Kecil Menengah Yang Terdaftar Sebagai Member Komunitas TDA Makassar)	141
<i>Ilham Safar, Muhammad Fadhilah Bahri, Abdul Samad A, Ramlawati, Syamsul Riyadi</i>	
Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Motivasi dan Stres Kerja terhadap Kinerja Karyawan Passenger Service Wilayah 4 PT. Kereta Commuter Indonesia	142
<i>Winda Widyanty, Ahmad Hidayat Sutawidjaya, Deby Munika</i>	
Pengaruh Kepuasan Kerja, Beban Kerja dan Stres Kerja terhadap Turnover Intention pada PT. Perdana Jatiputra	143
<i>Ahmad Hidayat Sutawidjaya, Winda Widyanty, Dicky Syah Putra</i>	
Analisis Pengaruh Komunikasi, Gaya Kepemimpinan, dan Hukuman dengan Iklim Organisasi Sebagai Variabel Pengantara terhadap Produktivitas Karyawan PT. Inti Abadi Kemasindo Bogasari Flour Mills Ism	144
<i>Eri Marlapa, Tine Yuliantini</i>	
Pengaruh Kinerja Pegawai Negeri Sipil terhadap Pelayanan Publik pada Kantor Dinas Kesehatan Kabupaten Soppeng	145
<i>Andi Adawiah</i>	
Pengaruh Komitmen Organisasi dan Kemampuan terhadap Kinerja Karyawan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Watansoppeng	146
<i>Asmini</i>	
Pengaruh Kompensasi dan Lingkungan Kerja terhadap Loyalitas Karyawan pada Pt Prima Karya Manunggal	147
<i>Mustika Kusuma B, Eva Syamrayana Mulia, Karina Widyana Nalle</i>	
Kecerdasan Emosional Memoderasi Pengaruh Konflik Keluarga Pekerjaan terhadap Kinerja Karyawan Work From Home Sebagai Dampak Covid 19	148
<i>Christina Tri Hardjanti Nugrahaningsih, Bernadeta Irmawati</i>	
Gaya Kepemimpinan, Iklim Organisasi dan Budaya Organisasi terhadap Prestasi Kerja Pegawai Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Sulawesi Selatan	149
<i>Abdurahman Basalamah, Muhammad Ibnu Taufan</i>	
Analisis Gaya Kepemimpinan Paternalistik dalam Meningkatkan Kinerja Pegawai	150
<i>Toto, Yusup Iskandar, Supriyadi</i>	
Pengaruh Pengendalian Internal terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Japfa Comfeed Indonesia Tbk	151
<i>Agung Laksana Jamal, Annisa, Armin Sudirman</i>	
Penilaian Perilaku Pro Sosial Organizational Citizenship Behavior Toward The Environment (OCBE) Karyawan PT "XY" di Semarang : Metode Dua Arah	152
<i>Bernadeta Irmawati, Christina Tri Hardjanti Nugrahaningsih, Berta Bakti Retnawati</i>	

Analisis Loyalitas Karyawan Bagian Penjualan PT. Jujur Jaya Sakti Daihatsu Makassar	153
<i>Musdar, Arif Kahar, Muhammad Abbas, Nilmayanti</i>	
Pengaruh Gaji dan TPP terhadap Kinerja Pegawai Negeri Sipil pada Kantor Sekretariat Daerah Kabupaten Barru	154
<i>Ulyana Muslimin</i>	
Pengaruh Penilaian Prestasi Kerja dan Loyalitas Karyawan terhadap Promosi Jabatan pada PT. Prima Karya Manunggal Kab. Pangkep	155
<i>Ridwan Bempah, Anisa Pratiwi Achmad, Virza Hardianti, Serina Gabriela Lantang</i>	
Pengaruh Job Crafting dan Personal Resources terhadap Work Engagement dan Kinerja Karyawan Umkm di Yogyakarta	156
<i>Kurnia Indah Astuti, Suhartini</i>	
Pengaruh Kontrak Psikologis dan Iklim Kerja terhadap Perilaku Meyimpang Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Kerja Karyawan pada Kantor Pos Pemalang	157
<i>Isnaini, Zainal Mustafa Elqadri</i>	
Peranan Manajemen Sumber Daya Manusia dalam Organisasi	158
<i>Jufri Sambara</i>	
Pengaruh Keadilan Organisasional dan Counterproductive Work Behaviour terhadap Kinerja Karyawan PT. Prathama Line Logistic	159
<i>I Gusti Agus Ngurah Aryanjaya, I Gusti Ayu Dewi Adnyani</i>	
Pengaruh Teamwork terhadap Produktivitas Karyawan dengan Loyalitas Sebagai Mediasi pada Grand Abe Hotel Jayapura	160
<i>Muhdi B Hi Ibrahim, Entar Sutisman, Suratini, Siti Mariani</i>	
Dinamika Multi Peran: Peran Bleisure terhadap Peningkatan Kinerja Akademik	161
<i>Nurhidayati, Gusti Rai Bagaskara, Nailil Muna</i>	
Peran Knowledge Sharing dan Work Experience terhadap Employee Performance dengan Competency Sebagai Variabel Intervening pada Masa Pandemi Covid-19	162
<i>Marno Nugroho, Laili Fahrotus Sofiyati, Budhi Cahyono</i>	
Aktivitas E-Learning, Growth Mindset dan Employee Workforce Agility di Perusahaan Asuransi Indonesia pada Masa Pandemi Covid-19	163
<i>Ika Suhartanti Darmo, Raisa Christia Harumi</i>	
Dukungan Organisasional Sebagai Mediasi Pemberdayaan Psikologi dan Komitmen Organisasional	164
<i>Muhadjir Anwar, Arif Wianto</i>	
Peranan Manajemen Sumber Daya Manusia di Rumah Sakit	165
<i>Muhammad Nasir</i>	
Analisis Pengaruh Stres Kerja dan Lingkungan Kerja terhadap Kinerja Karyawan PDAM Kota Parepare	166
<i>Irwan Idrus, Anwar Talib, Surahmi</i>	

Pengaruh Pelatihan dan Lingkungan Kerja Fisik terhadap Kinerja dengan Motivasi Sebagai Variabel Moderating pada Karyawan Perumda Air Minum Tirta Kandilo Kabupaten Paser	167
<i>Dedy Darmawan, Farida Islamiah, Muhammad Akbar</i>	
Peningkatan Kualitas Pelayanan Publik Berbasis Teknologi Informasi dan Kearifan Lokal Masyarakat Pasemah Kota Pagar Alam pada Masa Pandemi Covid-19	168
<i>Hardiyansyah Hardiyansyah, Tri Rusilawati Kasisariah</i>	
Analisis Pengaruh Daya Nalar, Pola Pikir dan Daya Kreatif terhadap Peningkatan Kecerdasan SDM Melalui Penciptaan Ide Kreatif	169
<i>Rasmulia Sembiring, Sunday Ade Sitorus</i>	
Analisis Peningkatan Optimalisasi Kemampuan Sdm dalam Masa Pandemi Covid-19	170
<i>Siti Normi</i>	
Faktor-Faktor Yang Menentukan Kesesuaian Penempatan Kerja terhadap Prestasi Kerja	171
<i>Kristanty MN Nadapdap</i>	
Analisis Penggunaan Teknologi Informasi, Perilaku Mahasiswa dan Kompetensi Dosen terhadap Kemampuan Mahasiswa (Studi Kasus pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Methodist Indonesia)	172
<i>Robinhhot Gultom, Elperida J. Sinurat</i>	
Human Resource Transformation terhadap Readiness To Change pada Berbagai Organisasi di Kota Medan	173
<i>Elperida Juniarni Sinurat, Lailan Tawila Berampu, Robinhhot Gultom</i>	
Pengaruh Praktik Pengelolaan SDM terhadap Kinerja Karyawan di Era Digital pada Kantor Pusat PT Pegadaian	174
<i>Hari Muharam, Radjab Tampubolon</i>	
Pengaruh Kepemimpinan Transformatif, Flexible Work-Arrangement dan Keterikatan Kerja pada Kinerja (Studi pada Industri Kafe di Kota Yogyakarta)	175
<i>Muhammad Faiq Jauhar, Andriyastuti Suratman</i>	
Dampak Lingkungan Kerja dan Budaya Organisasi pada Kinerja Karyawan (Studi pada Usaha Cuci Sepatu di Yogyakarta)	176
<i>Dimas Arya Setyaki, Andriyastuti Suratman</i>	
Analisis Faktor Mempengaruhi Kinerja Pegawai pada Dinas Pekerja Umum dan Penataan Ruang Kota Parepare	177
<i>Nurasisah</i>	
Pengaruh Tunjangan Kinerja terhadap Prestasi Kerja Pegawai Komisi Pemilihan Umum Kota Parepare	178
<i>Sudirman</i>	
Pengaruh Tunjangan Profesi dan Kompetensi terhadap Kinerja Guru di Perguruan Muhammadiyah Kota Parepare	179
<i>Parman, Fatimah, Astri Susiana</i>	

Strategi Pengembangan Program Penempatan Pekerja Migran Indonesia (Pmi) Disektor Formal Yeni Nuraeni	180
Kinerja Pegawai Ditinjau Dari Kompetensi, Teknologi Informasi, Budaya Organisasi dan Beban Kerja (Studi pada Korwil Pendidikan Kecamatan Ngawen Kabupaten Klaten) Istiatin, Hananta Budi Nugraha, Sudarwati	181
Pengaruh Gaya Kepemimpinan Transformasional dan Budaya Organisasi terhadap Kepuasan Kerja Karyawan LPP Convention Hotel Demangan Yogyakarta Mona Kris Dianti, Agustini Dyah Respati	182
Pengaruh Penempatan dan Kepuasan Kerja terhadap Kinerja Pegawai pada Rumah Sakit Umum Daerah (RSUD) Madisng Kabupaten Pinrang Nirwana Sampara, Deasy Soraya A Aminartha	183
Pengaruh Gaya Kepemimpinan Partisipatif terhadap Motivasi Kerja Karyawan pada PT. Bri Syariah Kc. Banjarmasin Nurhayati, Maya Rezeki Angriani, Dewi Aina	184
Kinerja Pegawai Ditinjau Dari Kepemimpinan, Motivasi, Komunikasi dan Lingkungan Kerja (Study Case Organisasi Perangkat Daerah (Opd) Pemerintah Kabupaten Klaten) Fithri Setya Marwati, Ety Imam Parawati, Istiatin, Sudarwati	185
Pengaruh Komitmen dan Lingkungan Kerja terhadap Kepuasan Kerja dan Turnover (Studi Empiris pada Karyawan Pabrik PT. X) Kenya Larasati, Mahyarni	186
Pengaruh Budaya Lokal terhadap Kualitas Kerja Karyawan pada PT. Hadji Kalla Toyota Kota Parepare Rusmin Nuryadin, Sisni Miayu	187
<i>The Effect of Work Stress And Work Discipline on Lecturer's Research Performance After Pandemic (Study at Sari Mulia University Banjarmasin)</i> Maya Rezeki Angriani, Analisa, A. Firsar Ariza, Humaidi, Tino Kemal Fattah	188
Pengaruh Kepemimpinan, Kompetensi Dan Budaya Organisasi Terhadap Komitmen Organisasi Serta Kinerja Pegawai Pada Kantor Pemerintahan Daerah Provinsi Sulawesi Nurhayati Azis	189
Pengaruh Stres Kerja, Kepemimpinan Terhadap Motivasi Dan Kinerja Pegawai Di Provinsi Sulawesi Selatan Amiruddin Husain	190
Pengaruh Komitmen Organisasional, Kompetensi Dan Tata Kelola Terhadap Kinerja Pegawai Dan Kualitas Pengelolaan Aset Daerah Pada Pemerintahan Kota Makassar Aryati Arfah	191
Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Budaya Kerja, dan Promosi Jabatan Terhadap Motivasi Kerja Dan Kinerja Pegawai Pegawai di Sulawesi Selatan Rezky Ratnasari Taupan A	192

Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Motivasi Kerja Dan Insentif Terhadap Kinerja Karyawan PT. Bank Mandiri Persero Tbk Cabang Makassar <i>Djamaluddin Bijaang</i>	193
Pengaruh Kompetensi, Motivasi Kerja Dan Budaya Organisasi Terhadap Kepuasan Kerja Dan Kinerja Pt. Semen Bosowa <i>Munawir Nasir, Moh Zulkifli Murfat, Moh Zulfachmi Murfat</i>	194
Meningkatkan Produktivitas Pendidik Pada Sekolah Dengan Pendidikan Terpadu Dikota Makassar <i>Moh Zulkifli Murfat, Muh Asdar, Hanadelansa, Salahuddin</i>	195
Pengaruh Motivasi Kerja Dan Pelatihan Terhadap Kinerja Bintara Pada Kantor Kepolisian Negara Republik Indonesia Daerah (POLDA) Sulawesi Selatan <i>Ahmad AC</i>	196
Analisis Bauran Pemasaran Jasa Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Pengambilan Keputusan Berwisata Di Masa Adaptasi Kebiasaan Baru Di Kota Makassar <i>Etik Prihatin</i>	197
Collaborative Governance Dalam Penyelenggaraan Sekolah Vokasi Di Kota Makassar <i>Andi Fahri Faisal</i>	198
Bumdes Sebagai Aset Desa Untuk Peningkatan Perekonomian Menuju Kemandirian Desa <i>Muhammad Ridwan Basalamah, Budi Wahono, Miftakhul Jannah</i>	199
Peningkatan Employee Engagement Karyawan Kud Pakis Melalui Organizational Justice Dan Team Work <i>Rofiatul Istiqomah, Khalikussabir, Budi Wahono</i>	200
Developing Business English Materials During Covid-19 Outbreak: The Neglected Urgency <i>Abdul Hamid Aly, Erfan Efendi</i>	201
Pengaruh Motivasi Kerja dan Disiplin Kerja terhadap Kinerja Pramudi Bus Trans Jogja di PT Jogja Tugu Transportasi (PT JTT) <i>Arief Darmawan</i>	202
Peran Pelayanan Prima Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota (Studi pada PT. Hadji Kalla Toyota Cabang Parepare) <i>Muhammad Syafi'i A. Basalamah, Zaenal Arifin Sahabuddin, Muhsin Wahid</i>	203
Servant Leadership behaviour and Team Creativity, the impact of Team Ambidexterity as Mediator <i>Tina Melinda, Natalia Christiani, Imelda Ritunga, Tony Antonio</i>	204
Analisis Pengaruh Budaya Organisasional dan Pelatihan Terhadap Kinerja Karyawan Melalui Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Intervening Pada Divisi Polyvinyl Chloride (PVC) di PT Asahimas Chemical Banten (ACB) <i>Nilam Ratna Nur Widadsari, Trias Setiawati, Handrio Adhi Pradana</i>	205

Kondisi Kinerja Karyawan PT. Garuda Indonesia di Masa Pandemi Covid-19 <i>Lohana Juariyah, Syihabudhin, Afwan Hariri AP, Dimas Syah Putra</i>	206
Pengaruh Supervisor Support Terhadap Turnover Intention Yang Di Mediasi Oleh Work Engagement Pada Karyawan Perusahaan Optik Di Jakarta <i>Deasy Aseanty</i>	207
Pengaruh Komitmen Organisasi Dan Kualitas Kehidupan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Perusahaan X Di Surabaya <i>Kustini</i>	208
Pengaruh POS, Motivation, Working Environment & Ekstrinsic Reward terhadap EJP Di Sekolah Walisongo Bekasi <i>Merdiyanti Rika Kusuma</i>	209
TOPIK 5: MANAJEMEN OPERASI DAN RANTAI PASOK	
Peran Moderasi Keamanan Kerja pada Hubungan Psychological Contract Strategi Pemasaran Ritel Melalui Penerapan Manajemen Mutu Terpadu (Tqm) <i>Mujaddid Faruk, Roni Marsiana Suhendi, Lia Yulia, Dina Agustina</i>	210
Improved Business Performance Through Product And Process Innovation: Dynamic Environment And Competitiveness As Moderation Variables <i>Dessy Isfianadewi</i>	211
Peran Sertifikasi Halal dan Proses Pelabelan terhadap Halal Supply Chain Performance <i>Aulia Fathur Rohman, Dessy Isfianadewi</i>	212
Pengaruh Kemampuan Produksi, Orientasi Pasar, Inovasi, Produktivitas Kerja berpengaruh Terhadap Kinerja Usaha dan Daya Saing Usaha Kecil <i>Serlin Serang</i>	213
Pengaruh Kesadaran Mutu Terhadap Total Quality Management Dan Mutu Keluaran Perusahaan Manufaktur Di Kawasan Industri Makassar <i>Ramlawati</i>	214
Implementasi Penerapan Just In Time dan Teknologi Informasi terhadap Daya Saing dan Kinerja Organisasi di Kota Makassar <i>Suriyanti</i>	215

TOPIK 6: MANAJEMEN UMUM

Keputusan Keuangan dan Peran Koperasi <i>Diyan Lestari, Vina Meliana</i>	216
Penguatan Jiwa Kepemimpinan dan Kewirausahaan pada Organisasi Karang Taruna Desa Mallasoro Kecamatan Bangkala Kabupaten Jeneponto <i>Agung Widhi Kurniawan, Muhammad Ikhwan Maulana Haeruddin, Abdi Akbar Idris, Muhammad Ichwan Musa, Burhanuddin, Muh. Yushar Mustafa</i>	217

TOPIK 7: SISTEM INFORMASI MANAJEMEN DAN BISNIS DIGITAL

Pengelolaan Kearsipan Berbasis Web Untuk Pengembangan Sdm Perangkat Desa dan Bumdesa di Desa Duwet Kecamatan Tumpang Kabupaten Malang <i>Ita Rifiani Permatasari, Baroroh Lestari, Tri Yulistyawati Evelina, Shinta Maharani Trivena, Tri Ramadani Arjo</i>	218
Tantangan Penggunaan Artificial Intelligence dalam Peningkatan Kualitas Layanan: Studi Bibliometrik <i>Nurkholish Majid, Sulastri Irbayuni</i>	219
Instrumen Pengukur Tingkat Literasi Digital Mahasiswa dalam Pengembangan Digital Entrepreneurship di Perguruan Tinggi <i>Rustina Untari, Eny Trimeiningrum</i>	220
Penerapan Event Management System Sebagai Solusi Manajemen Pelaksanaan Webinar dan Seminar Nasional <i>Yahya Anwar Ramadhan, Ardi Sanjaya</i>	221
Monitoring Server dengan Monit dan Telegram Bot <i>Haris Riza Valevi, Danar Putra Pamungkas</i>	222

PARALLEL SESSION

~ **ORCHID ROOM**; 2nd Floor, Claro Hotel, Makassar ~

Track 1 : Kewirausahaan dan Manajemen UKM; Manajemen Umum;
Manajemen Operasional dan Rantai Pasok
Jumlah Artikel : 25
Pukul : 13.00 – 15.30 WITA
Chairperson : Dr. Muhammad Fadhil Hamzah, SE., MM
Durasi Presentasi : 5 menit/presenter

No.	ID Artikel	Judul	Presenter/Author
1.	REG-001787	Faktor Stimulan Minat Wirausaha Pada Komunitas Pemuda Desa Gelam Jaya Kabupaten Tangerang Setelah Mengikuti Pendampingan Pengenalan Strategi AVP (Avaibility, Visibility, Promotion)	Sonny Santosa, Rini Novianti
2.	REG-001852	Model Integratif Berkelanjutan, Economic Resilience Pelaku Ekonomi Kreatif Untuk Meningkatkan Kepatuhan Wajib Pajak Di Era New Normal	Jeni Susyanti, Noor Shodiq Askandar, Siti Aminah Anwar, Ahmad Dahlan
3.	REG-001907	<i>Improvement Of SMEs Performance: Role Of Knowledge Sharing, Product Innovation, Knowledge Absortive Capacity</i>	Mulyana, Gading Dewa Bagaskara
4.	REG-002019	Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Gender Terhadap Intensi Kewirausahaan Pada Mahasiswa	Zulhawati
5.	REG-002151	Implemtasi Diamond Porter Membangun Strategi Keunggulan Bersaing Pada Pertokoan Cahaya Bumi Slamet (CBS) Martapura	Akhmad Supriyanto, Gt. Rina Fariany, Aditya Ferdiawan, A. Yuga Prasetyo
6.	REG-001968	Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Penggunaan Teknologi, Informasi Dan Komunikasi (TIK) Terhadap Keunggulan Bersaing; Inovasi Produk Umkm Tangerang Selatan	Yennida Parmariza, Dita Silvy Ayu Pratiwi
7.	REG-002238	<i>The Role Of Institutional Infrastructure And Culture In Shaping Entrepreneurial Intention</i>	I Wayan Santika, Komang Agus Satria Pramudana

8.	REG-002114	Pemberdayaan Usaha Kecil Menengah Dalam Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi Daerah Provinsi Sumatera Utara	Mislan Sihite
9.	REG-002202	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Daya Saing Bumdesa Di Era Revolusi Industri 4.0	Herman, Dion Achmad Armadi
10.	REG-002437	Sinergi Inovasi, Modal Budaya Dan Partisipasi Masyarakat Dalam Menciptakan Kesejahteraan UMKM	I Made Sara, Ni Putu Riasning, Made Setini
11.	REG-002543	Peranan Personal Dalam Memediasi Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Mahasiswa Manajemen S1 Pada STIESIA Surabaya)	Rismawati, Dewi Urip Wahyuni, Triyonowati
12.	REG-002445	Strategi Inovasi Terhadap Meningkatkan Kinerja Kreatif Industri	Ni Made Wahyuni, I Made Sara, Made Setini
13.	REG-002573	Peran Mediasi Inovasi Produk Dan Proses Pada Hubungan Antara Knowledge Management Terhadap Kinerja Operasional Umkm Di Yogyakarta	Siti Nursyamsiah, Muhammad Hanan Setiafendi
14.	REG-009114	Halal Awareness Produk Minuman Korean Sparkling Water Mojiso Terhadap Minat Beli Konsumen Muslim Penggemar Drama Korea	Cynthia Renita Putri, Harun Al Rasyid, Abdul Syakur
15.	REG-009113	Wisata Halal Untuk Mencapai Pembangunan Ekonomi Masyarakat Desa Wisata Pujon	Ahmad Rofiq Zakaria, Ahsani Taqwiem
16.	REG-002078	Keputusan Keuangan Dan Peran Koperasi	Diyan Lestari, Vina Meliana
17.	REG-002467	Penguatan Jiwa Kepemimpinan Dan Kewirausahaan Pada Organisasi Karang Taruna Desa Mallasoro Kecamatan Bangkala Kabupaten Jeneponto	Agung Widhi Kurniawan, Muhammad Haeruddin, Abdi Akbar Idris, Muhammad Ichwan Musa, Burhanuddin, Muh. Yushar Mustafa

18.	REG-001860	Pengelolaan Kearsipan Berbasis Web Untuk Pengembangan Sdm Perangkat Desa Dan Bumdesa Di Desa Duwet Kecamatan Tumpang Kabupaten Malang.	Ita Rifiani Permatasari, Baroroh Lestari, Tri Yulistyawati Evelina, Shinta Maharani Trivena, Tri Ramadani Arjo
19.	REG-002052	Tantangan Penggunaan Artificial Intelligence Dalam Peningkatan Kualitas Layanan: Studi Bibliometrik	Nurkholish Majid, Sulastrir Irbayuni
20.	REG-002226	Instrumen Pengukur Tingkat Literasi Digital Mahasiswa Dalam Pengembangan Digital Entrepreneurship Di Perguruan Tinggi	Rustina Untari, Eny Trimeiningrum
21.	REG-001818	Penerapan Event Management System Sebagai Solusi Manajemen Pelaksanaan Webinar Dan Seminar Nasional	Yahya Anwar Ramadhan, Ardi Sanjaya
22.	REG-001819	Monitoring Server Dengan Monit Dan Telegram Bot	Haris Riza Valevi, Danar Putra Pamungkas
23.	REG-002171	Strategi Pemasaran Ritel Melalui Penerapan Manajemen Mutu Terpadu (TQM)	Mujaddid Faruk, Roni Marsiana Suhendi, Lia Yulia, Dina Agustina
24.	REG-002354	<i>Improved Business Performance Through Product And Process Innovation: Dynamic Environment And Competitiveness As Moderation Variables</i>	Dessy Isfianadewi
25.	REG-002355	Peran Sertifikasi Halal Dan Proses Pelabelan Terhadap Halal Supply Chain Performance	Aulia Fathur Rohman, Dessy Isfianadewi

~ ACACIA HALL ROOM 1; 2nd Floor, Claro Hotel, Makassar ~

Track 2 : Manajemen Keuangan
 Jumlah Artikel : 26
 Pukul : 13.00 – 15.30 WITA
 Chairperson : Dr. Akhsan, SE., HRMGT
Durasi Presentasi : 5 menit/presenter

No.	ID Artikel	Judul Artikel	Presenter/Author
1.	REG-001751	Pengaruh Dividend Yield Dan Dividend Payout Ratio Terhadap Volatilitas Harga Saham Pada Saham Blue Chip Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2018	Dharmayanti Pri Handini, Arga Rizki Setiyanto
2.	REG-001893	Analisis Reaksi Pasar Modal Sebelum Dan Sesudah Pengumuman Pengesahan Presiden Amerika Serikat Tahun 2021 (Studi Saham Sektor Pertambangan)	Adinda Siti Az-Zahra, Erric Wijaya
3.	REG-001939	Pengaruh Pengawasan Melekat, Audit Internal, Dan Good Corporate Governance Terhadap Fraud Pada Bisnis Mekaar PT. Permodalan Nasional Madani (Persero)	Sparta, Muhammad Ismail
4.	REG-001953	Pengaruh Debt Equity Ratio, Return On Asset Dan Net Profit Margin	Dian Primanita Oktasari, Septiani Juniarti, Cut Edwina Safia Oebit
5.	REG-002013	Analisis Tingkat Kesehatan Bank Dengan Metode Risk Based Bank Rating (RBBR) Pada Bank Yang Listing Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2018	Sukma Aini
6.	REG-002069	Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Kinerja Dan Keberlanjutan Usaha Umkm Kabupaten Jember	Muhammad Ilham Naufal, Eko Purwanto
7.	REG-002081	Pengaruh Kecukupan Modal Dan Kualitas Aktiva Produktif (KAP) Terhadap Profitabilitas Pada PT. BPRS Harta Insan Karimah Makassar (Periode 2017-2019)	Muhammad Anugrah Ardhana, Nur Aprianti Usman, Syamsuddin Bidol, Alifia Meiliska

8.	REG-002140	Current Ratio, Return On Assets, Debt To Equity Ratio, Total Asset Turnover Dan Price Earning Ratio Terhadap Tingkat Return Saham Pada Perusahaan Sub Sektor Transportasi	Radityatama Remy Prasetya, Widuri Kurniasari
9.	REG-002181	Pengaruh Good Corporate Governance Ukuran Perusahaan Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Manufaktur Yang Tercatat Pada Bei Periode Tahun 2017-2019	Lanto Miriatin Amali, Selvi
10.	REG-002203	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Investasi Nasabah Galeri Investasi BEI FEB Unrika	Catur Fatchu Ukhriyawati, Julianti Siregar, Ravika Permata Hati
11.	REG-002210	Stock Selection Skill dan Fund Size Terhadap Kinerja Reksadana Saham Di Indonesia	Musdalifah Azis, Akhmad Tirta Yasa
12.	REG-002214	Dampak Penerapan Insentif Pajak dan Pelayanan Fiskus Terhadap Tingkat Kepatuhan Wpop Kota Batam Masa Pandemi Covid-19 Tahun 2020	Oktavianti, Ravika Permata Hati, Catur Fatchu Ukhriyawati ,
13.	REG-002215	Reaksi Pasar Sebagai Akibat Pengumuman Penurunan Suku Bunga The FED	Luh Gede Sri Artini
14.	REG-002251	Pengaruh Nilai Perusahaan, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Struktur Modal Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2018-2019	Sri Rahayu, Rafiqah Asaff, Mursida
15.	REG-002153	Determinasi Pengambilan Keputusan Investasi Saham (Studi Pada Investor Di Kota Denpasar- Bali)	Made Intan Berliana Lestari Dewi, Ni Luh Putu Wiagustini
16.	REG-002061	Analisis Tingkat Risiko Kredit Pada PT. Bank Mandiri Unit Mikro KCP Makassar Soppeng	Masyadi

17.	REG-001967	Akuntabilitas Pengelolaan Keuangan Pekan Olahraga Nasional (PON) Xx Tahun 2021 Di Provinsi Papua	Muhammad Ridwan Rumasukun, Yana Ameliana Yunus, Mohammad Aldrin Akbar
18.	REG-002129	Pengaruh Kemampuan Dinamis Terhadap Manajemen Pengetahuan Dan Kinerja Keuangan Pdam Di Pulau Jawa	Ady Setiawan, Rini Rahmawati, Asrid Juniar
19.	REG-001980	Analisis Pengaruh Literasi Keuangan, Motivasi Investasi Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Di Pasar Modal	Nurjanti Takarini, Astried Nurizzqy Savanah
20.	REG-002377	Social Capital: Antesenden Dan Implikasinya Terhadap Pertumbuhan Umkm Industri Furnitur Di Jawa Tengah (Model Konseptual)	Zaenudin, Lutfi Nurcholis, Ibnu Khajar
21.	REG-002485	Pengaruh Kearifan Lokal (Local Wisdom) Dalam Penyusunan Anggaran Di Kota Parepare	Yadi Arodhiskara, Jumriani, Fajar Ladung
22.	REG-002277	Perspektif Gender Dalam Pengambilan Keputusan Investasi Di Pasar Modal	Ica Rika Candraningrat
23.	REG-002462	Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Struktur Modal, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas (Studi Pada Perusahaan Otomotif Dan Komponen Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Dibursa Efek Indonesia Tahun 2017-2019)	Arfianty, Alif Sulfi Ardillah, Nurwani
24.	REG-002502	Pengumuman Covid-19 Oleh Pemerintah Republik Indonesia Mempunyai Kandungan Informasi	Luthfi Indrawan Prasetya, Kartini
25.	REG-002434	Pengaruh Asimetri Informasi Terhadap Agresivitas Pajak Dengan Manajemen Laba Sebagai Variabel Intervening	Anna Maria Setya Danggur, Xaveria Indri Prasasyaningsih
26.	REG-002465	Pengaruh Akuntabilitas Dan Transparansi Terhadap Kualitas Laporan Keuangan Pada Badan Pengelola Keuangan Daerah (BPKD) Kabupaten Sidrap	Imran Rosadi, Hardiayanti

~ ACACIA HALL ROOM 2; 2nd Floor, Claro Hotel, Makassar ~

Track 2 : Manajemen Keuangan
 Jumlah Artikel : 22
 Pukul : 13.00 – 15.30 WITA
 Chairperson : Ackriansyah Ahmad Gani, SE., MM
 Durasi Presentasi : **5 menit**

No.	ID Artikel	Judul Artikel	Presenter/Author
1.	REG-001863	Proyeksi Kebangkrutan Pada Perusahaan Indeks LQ45 Di Bursa Efek Indonesia	Anwar, Nurman, Zainal Ruma, Sitti Hasbiah
2.	REG-002473	Pengaruh Pengetahuan Keuangan, Sikap Keuangan Dan Kepribadian Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan Pada Pelaku Umkm Peternakan Ayam Petelur Kab. Sidenreng Rappang	Sri Rezky Handayani Muhtasar, Ahmad Abduhrauf
3.	REG-008106	Penyusunan Laporan Keuangan Organisasi Pengelola Zakat Di Kabupaten Cirebon	Isrin Hikmayanti, Maslichah, Irma Hidayati
4.	REG-008107	Kualitas Audit Dengan Etika Auditor Sebagai Pemoderasi Pada Kantor Akuntan Publik Di Malang	Lilis Karlina, Nur Diana, Dewi Dyah Fakhriyyah
5.	REG-008108	Opini Audit, Financial Distress, Dan Pertumbuhan Perusahaan Klien Terhadap Auditor Switching	Vivi Dyah Sripenganti, M. Cholid Mawardi, Nur Diana
6.	REG-008109	Harga Saham Sektor Properti Dan Real Estate Yang Listing Di Bei Saat Pandemi Covid-19	Ayu Rahayu Febriyanti, Afifudin, Arista Kartika Sari
7.	REG-008110	Persistensi Laba, Growth Opportunity, Capital Structure, Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Return Saham	Vira Sevitiana, Junaidi, Hariri
8.	REG-002192	Pengaruh Kinerja Pasar Dan Kinerja Perusahaan Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Kimia Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia	Try Prasetyo Wibowo, Sri Mulyati

9.	REG-002192	Current Ratio, Return On Assets, Debt To Equity Ratio, Total Asset Turnover Dan Price Earning Ratio Terhadap Tingkat Return Saham Pada Perusahaan Sub Sektor Transportasi	Radityatama Remy Prasetya, Widuri Kurniasari
10.	REG-001192	Pengaruh Profitabilitas, Corporate Social Responsibility dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan	Sudjono, Ahmad Badawi Saluy
11.	REG-002192	Pengaruh Return On Asset (ROA), Capital Adequacy Ratio (CAR) Dan Financing To Deposit Ratio (FDR) Terhadap Non Performing Financing (NPF) Pembiayaan Mikro Pada Perbankan Syariah (Studi Empiris Pada PT. Bank BTPN Syariah Tbk)	Yuliarti Rezeki, Nurul Hidayah, Muhammad Mahendra Abdi, Lisa Norsari
12.	REG-002490	Pengaruh Faktor Fundamental Mikro Makro Terhadap Harga Saham Sektor Perbankan	Yuliarti Rezeki, Dyah Sri Wulandari, Linda Kusumawati
13.	REG-002344	Pengaruh Motivasi Intrinsik Dan Ekstrinsik Masyarakat Indonesia Dalam Melakukan Donasi Terhadap Charity-Based Crowdfunding	Veldyan Wisnu Hapsara, Sutrisno
14.	REG-002343	Pengaruh Literasi Dan Bias Keuangan Terhadap Keputusan Investasi	Muhammad Faris Ekatama, Sutrisno
15.	REG-002410	Pengaruh Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening	Dhafin Fathur Rozi, D. Agus Harjito
16.	REG-002043	An Investigation Of Financial Risk-Taking Behavior During Crisis For Formulating Crisis Management: Case Of Indonesia Capital Market	Alfiandi Imam Mawardi, Eko Purwanto
17.	REG-002045	Faktor Tata Kelola Dan Keuangan Berpengaruh Pada Penghindaran Pajak	Vidiyanna Rizal Putri, Nor Balkish Zakaria, Jamaliah Said
18.	REG-002555	Faktor Psikologis Mempengaruhi Keputusan Investasi Kelompok Mahasiswa Investor Pasar Modal Di Jakarta Selatan	Ossi Ferli, Cindy Triyas Ambarwati, Mutiara

19.	REG-002580	Analisis Anomali Ramadhan Effect Pada Saham Yang Terdaftar Dalam Jakarta Islamic Index (JII)	Yulia Annisa, Nurfauziah
20.	REG-002419	Bagaimana Keuntungan Trader Pada Hari Pertama Pada Pasar Sekunder Setelah Harga Penawaran Pada Saat IPO	Mellisa Fitri Andriyani Muzakir
21.	REG-002423	Konsentrasi Dan Identitas Kepemilikan Serta Kinerja Perusahaan Pada Sub-Sektor Otomotif Dan Komponen Di Indonesia	Khoirina Noor Anindya
22.	REG-001918	Pengaruh Perkembangan Kasus Positif, Kematian, dan Kesembuhan Per-hari Covid-19 Terhadap Harga Saham di Bursa Efek Indonesia	Cindy Yoel Tanesia, Yuyun Karystin Meilisa Suade, Agus Arman

~ **AZALEA HALL ROOM 1**; 2nd Floor, Claro Hotel, Makassar ~

Track 3 : Manajemen Pemasaran
Jumlah Artikel : 30
Pukul : 13.00 – 15.30 WITA
Chairperson : Andi Faisal Bahari, SE., MM
Durasi Presentasi : 5 menit

No.	ID Artikel	Judul Artikel	Presenter/Author
1.	REG-001703	Pemasaran Hijau Dan Sumber Daya Manusia Hijau Pada Perusahaan Proper Di Semarang	Maria Yosephine D. H. Agustini, Agatha Ferijani
2.	REG-001924	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Laptop Asus Dengan Harga Sebagai Variabel Pemoderasi	Novita Kumala Sari, Muh. Hidayat, Mujahid, Nasyirah Nurdin, Ilham Safar
3.	REG-002002	Aplikasi TAM Terhadap Kepuasan Pengguna Mobile Smartphone Di Masa Pandemi Covid-19	Yohan Wismantoro, Vincent Didiek Wiet Aryanto, Pulung Nurtantio Andono
4.	REG-001916	Pengaruh Product Placement Dalam Drama Korea (Eksplorasi Peran Cooi Dalam Mendorong Brand Loyalty)	Farhan Abdurrazaq, Meta Andriani
5.	REG-002042	Eksplorasi TOE Framework Dan Pemasaran Media Sosial Pada UMKM Digital Sebagai Peluang Di Masa Pandemi Covid 19	Wilma Cordelia Izaak, Nanik Hariyana
6.	REG-002094	Pengaruh Personal Selling, Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Jenius Bank BTPN	Sugeng Purwanto, Krisna Mutiara Wati
7.	REG-002102	Pengaruh Social Media Influencer dan E-WOM Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Terhadap Purchase Intention	Tri Adhi Santoso
8.	REG-002127	Penyelesaian Sengketa Konsumen E-Commerce Melalui Penerapan ODR Di Indonesia	Muhammad Nur Udp

9.	REG-002160	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian Produk Pangan Organik	Mg Westri Kekalih Susilowati, Angelina Ika Rahutami, Retno Yustini Wahyuningdyah
10.	REG-002164	Pengaruh Asosiasi Merek Dan Kesan Kualitas Terhadap Minat Beli Masyarakat (Studi Pada Sentra Industri Sepatu Cibaduyut)	Anny Nurbasari Rekmana, R. Gegha Para Kamanda
11.	REG-002179	Peran Brand Image Memediasi Pengaruh Green Marketing Terhadap Keputusan Pembelian	Ni Made Sinta Erisma Dewi, I Gusti Ayu Ketut Giantari
12.	REG-002182	Pengaruh Kualitas Pelayanan Produk Tapemda Plus Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt Bank Sulselbar Cabang Parepare	Pandi Putra, Nurfatahillah
13.	REG-002187	Pengaruh Citra Merek Dan E-Wom Dalam Minat Beli Online Melalui Aplikasi Shopee Pada Masyarakat Di Jogjakarta	Muchamad Dicky Setiawan, Murwanto Sigit
14.	REG-002206	Peningkatan Partnership Performance Melalui Marketing Partnership Dan Partnership Quality	Alifah Ratnawati
15.	REG-002211	Peningkatan Kinerja Pemasaran Ukm Batik Solo Melalui Orientasi Pasar	Noor Kholis, M. Gicha Wirdanu
16.	REG-002218	Strategi Peningkatan Ekspor Barang Ukm Melalui Pendekatan Perilaku Konsumen Global Saat Pandemi Covid-19 Dengan Model Muslimpreneur	Hanny Nurlatifah, Satrio Aprian
17.	REG-002252	Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan SAGENA Di Belopa Kab. Luwu	Bella Magfira, Nurjannah, Muhammad Haekal Yunus
18.	REG-002257	Pengaruh Ekuistas Merek Terhadap Kesetiaan Pelanggan Starbucks Di Mediasi Oleh Kepercayaan Merek	Dorothy R.H.P, Qorina Qurrota, Aina Haura
19.	REG-002123	Perilaku Niat Beli Kembali Pada Situs Belanja Online Di Tengah Pandemi Covid-19: Studi Pada Pelanggan Situs Shopee	Ni Kadek Aprilia Yurika Sari, Ni Made Rastini
20.	REG-002180	Dampak Pengakuan Peluang Dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Niat Berwirausaha	I Nyoman Nurcaya

21.	REG-002225	Niat Beli Pengguna Marketplace Dengan Kekuatan Iklan Dan Brand Awareness Saat Pasca Covid-19	Dewa Ayu Shita Setiari, Ni Wayan Ekawati
22.	REG-002162	Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Atmosfer Toko Terhadap Niat Beli Ulang Pada Konsumen H&M	Ni Wayan Prika Adiantari, Ni Ketut Seminari
23.	REG-002224	Pengaruh Persepsi Covid-19, Subjektif Norm, Dan Persepsi Manfaat Terhadap Sikap Dan Perilaku Menggunakan Masker Medis Secara Kontinyu	Ni Nyoman Kerti Yasa, I Gusti Ngurah Jaya Agung Widagda K. I Gusti Ayu Ketut Giantari
24.	REG-002319	<i>Determination of Consumer Satisfaction Interest To Following And Recommendations For Using Business Communication On Tiktok Social Media</i>	Maria Ulfa, Sumadi
25.	REG-002208	Pengaruh Faktor Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand Sanitaizer Dalam Usaha Mencegah Penyebaran Covid-19	Holmes Rolandy Kapuy, Gusstiawan Raimanu
26.	REG-002345	Pengaruh Manajemen Hubungan Pelanggan, Kualitas Pelayanan, Penanganan Keluhan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepercayaan Oleh Kepuasan Pelanggan Di Perusahaan Daerah Air Minum Jayapura	Entis Sutisna, Entar Sutisman
27.	REG-002356	Does Lifestyle Influence The Customer Decision In Evaluating Their Alternatives?	Yanto Ramli, Erna Sofriana Imaningsih, Aldina Shiratina
28.	REG-002359	Memahami Proses Pengambilan Keputusan Pada Pelaku Compulsive Buying Produk Berlian Di Indonesia	Raden Johnny Hadi Raharjo
29.	REG-002360	Pengelolaan Potensi Desa Catur Sebagai Desa Wisata Herbal Pasca Pandemi Covid-19 Di Kabupaten Bangli, Bali	I Gusti Bagus Rai Utama, Christimulia Purnama Trimurti, Putu Chris Susanto, I Putu Darmawijaya, Ni Putu Dyah K
30.	REG-002409	Pemasaran Produk Telang Tea Herbal Sebagai Upaya Kreatif Pemberdayaan Wanita Desa Wisata Catur Kintamani Bangli Bali	Ni Putu Dyah Krismawintari, I Putu Darmawijaya, I Gusti Bagus Rai Utama, Ni Luh Putu Ari Santi Dewi, Ni Putu Artawidya Meisha, Sang Made Widhi W

~ AZALEA HALL ROOM 2; 2nd Floor, Claro Hotel, Makassar ~

Track 3 : Manajemen Pemasaran
 Jumlah Artikel : 30
 Pukul : 13.00 – 15.30 WITA
 Chairperson : Muhammad Haerdiansyah Syahnur, SE., MM
Durasi Presentasi : 5 menit

No.	ID Artikel	Judul Artikel	Presenter/Author
1.	REG-002420	Kegagalan Layanan Selama Pandemi Covid-19: Pentingnya Pemulihan Layanan Untuk Meningkatkan Pengalaman Positif, Kepuasan, Dan Minat Membeli Ulang	Elia Ardyan, Justin Wijaya, Sinar Dharmayana Putra, Carolina Novi Mustikarini
2.	REG-002441	How Functionality Creates Shopping Well-Being At The Malls As Common Life Styles Amongst Cities' Residents.	Afifah Nur Hasanah, Ratna Roostika
3.	REG-002431	Perubahan Pola Strategi Pemasaran Dengan Content Marketing Strategy Untuk Memaksimalkan Penjualan Produk Pelaku Bisnis Wanita Sentra UMKM Di Sumatera Utara	Beby K.F. Sembiring., Endang Sulistya Rini, Tetty Yuliaty
4.	REG-001964	Shopping Lifestyle Pada Impulse Buying Di E-Commerce	Nuruni Ika K.W., Arief Budiman, Yoga Prathama P.
5.	REG-002115	Analisis Pengaruh Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Coca-Cola Pada Pt. Coca-Cola Amatil Indonesia Cabang Medan	Remus Silalahi, Jon Henri Purba
6.	REG-002364	Pengaruh Orientasi Pasar Dan Dukungan Pemerintah Terhadap Keunggulan Bersaing Melalui Inovasi (Studi Pada UMKM Di Provinsi Yogyakarta)	Sahrial G, Anas Hidayat
7.	REG-002407	Analysis Of BSD City's Modern Market Advantages In The Midst Of Modern Market Competition In South Tangerang City	Sonny Indrajaya, Tine Yuliantini
8.	REG-002403	Peran Nilai Religi Dalam Value Co-Creation Menuju Sustainable Competitive Advantage	Ken Sudarti

9.	REG-002112	Persepsi Kegunaan, Kemudahan, Risiko Dan Kepercayaan Serta Pengaruhnya Terhadap Niat Menggunakan Mobile Banking Pada Nasabah Bank Mandiri Cabang Kabanjahe	Winarto, Try Yulita Br. Surbakti, Junika Napitupulu
10.	REG-002113	Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan (Studi Kasus Pada Konsumen Produk Mie Sedaap Di Medan)	Maludin Panjaitan, Junita Siburian, Winarto
11.	REG-002118	Analisis Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Pembentukan Loyalitas Pelanggan Pada Pt. Pelayaran Nasional Indonesia (Persero) Cabang Medan	Sri Rejeki Manurung, Mislan Sihite, Tiur Rajagukguk
12.	REG-002221	Peran Promosi Penjualan Dalam Modifikasi Implementasi Technology Acceptance Model (TAM) Pada Minat Menggunakan E-Wallet Di Kota Denpasar	I Gede Nandya Oktora Panasea, Ni Kadek Erliani
13.	REG-002310	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Belanja Online	Nizam M. Andrianto, Yulius Edo Praditya
14.	REG-002526	<i>Factors That Influence Consumer Purchase Intention On Indonesian Local Brand Futsal Shoes</i>	Gilang Dwiki Primandhany, Anas Hidayat
15.	REG-002365	<i>The Role Of Celebrity Credibility And Religious Intrinsics Toward Wardah (Halal) Cosmetic Ads</i>	Dian Ma'rifatun Z S, Anas Hidayat, Sri Rejeki Ekasasi
16.	REG-002366	<i>The Role Of Customer Relationship Management Quality And Customer Value On Customer Loyalty In The Case Of Mcdonald's Fast-Food Restaurant</i>	Monika Ayu R F, Anas Hidayat, Asmai Ishak
17.	REG-002442	Mampukah Tercipta Eco-Tourism Yang Berkelanjutan? Strategi Digitalisasi Pemasaran, Pemerintah Dan Keafikan Lokal Wisata	Made Setini, I Made Sara
18.	REG-002457	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Memilih Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar	Andi Mappatempo, Buyung Romadhoni, Syafaruddin, Ambo Ulung

19.	REG-002568	Peran Inovasi Berkelanjutan Sebagai Pemediasi Penginderaan Pasar Dan Penguasaan Ceruk Pasar (Studi Empirik Pada UMKM Batik)	Sudarwati, Ahmad Ikhwan Setiawan
20.	REG-002298	Unusual Buying Di Masa Pandemi Covid-19: Pengaruh Persepsi Keparahana Dan Cyberchondria	Julina, Saipul Al Sukri, Fakhrurrozi
21.	REG-002606	Efektivitas Strategi Visual Aesthetics Dan Message Orientation Pada Pembentukan Consumer Engagement Konten Instagram Destinasi Wisata Indonesia	Sony Kusumasondjaja
22.	REG-002438	Modifikasi Model UTAUT Dengan <i>Knowledge Of Covid-19</i> Sebagai Moderasi; Studi Empiris Pada Pengguna Aplikasi Sharing Economy	Alvin Adam, Muhammad Ashoer, Mapparenta, Rastina Kalla
23.	REG-009110	Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Industri Pelayaran	Mahathir Mohammad, Erick Karunia, Ulyana Mahmud, Mulyana Machmud
24.	REG-002349	Peran <i>Electronic-Word Of Mouth</i> , <i>Electronic Satisfaction</i> , Dan <i>Online Buying Experience</i> Pada Niat Beli Ulang Secara <i>Online</i>	RR. Siti Muslikhah
25.	REG-002351	E-Service Quality Dan Product Quality Serta Dampaknya Bagi E-Satisfaction Pelanggan Millenial Ritel Online Di Era Pandemi Covid-19	Maisaroh
26.	REG-002394	Pengaruh Respon Positif Advertising Instagram Feed Terhadap Niat Pembelian Konsumen	Budi Astuti
27.	REG-001683	Implikasi Strategi Public Relation Terhadap Preferensi Wisatawan	Amir Jaya
28.	REG-002241	Pengaruh Event Marketing dan Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Pengunjung Di CMP Palopo	Suraidah Sarbia, Widhi Nugraha
29.	REG-002395	Tinjauan Literatur Perilaku Pelanggan Dalam Pemasaran Digital	Doni Wihartika, Rika Yuliyanti
30.	REG-002217	Muslim Religiosity Sebagai Penentu Utama Keberlanjutan UMKM Pada Era Pandemi Covid-19	Santi Rimadiaz

~ **CRYSANT ROOM**; 2nd Floor, Claro Hotel, Makassar ~

Track 4 : Manajemen SDM
Jumlah Artikel : 30
Pukul : 13.00 – 15.30 WITA
Chairperson : Dr. Muhammad S. Basalamah, SE., MM
Durasi Presentasi : 5 menit/presenter

No.	ID Artikel	Judul Artikel	Presenter/Author
1.	REG-001925	Penerapan Konsep Total Quality Management Pada UKM Di Kota Makassar (Studi Kasus Pada Usaha Kecil Menengah Yang Terdaftar Sebagai Member Komunitas TDA Makassar)	Ilham Safar, Muhammad Fadhillah Bahri, Abdul Samad A, Ramlawati, Syamsul Riyadi
2.	REG-001944	Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Motivasi Dan Stres Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Passenger Service Wilayah 4 PT. Kereta Commuter Indonesia	Winda Widyanty, Ahmad Hidayat Sutawidjaya, Deby Munika
3.	REG-001960	Pengaruh Kepuasan Kerja, Beban Kerja Dan Stres Kerja Terhadap Turnover Intention Pada PT. Perdana Jatiputra	Ahmad Hidayat Sutawidjaya, Winda Widyanty, Dicky Syah Putra
4.	REG-001985	Analisis Pengaruh Komunikasi, Gaya Kepemimpinan, Dan Hukuman Dengan Iklim Organisasi Sebagai Variabel Pengantara Terhadap Produktivitas Karyawan PT. Inti Abadi Kemasindo Bogasari Flour Mills ISM	Eri Marlapa, Tine Yuliantini
5.	REG-002010	Pengaruh Kinerja Pegawai Negeri Sipil Terhadap Pelayanan Publik Pada Kantor Dinas Kesehatan Kabupaten Soppeng	Andi Adawiah,
6.	REG-002025	Pengaruh Komitmen Organisasi Dan Kemampuan Terhadap Kinerja Karyawan Pt. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Watansoppeng	Asmini
7.	REG-002080	Pengaruh Kompensasi Dan Lingkungan Kerja Terhadap Loyalitas Karyawan Pada PT Prima Karya Manunggal	Mustika Kusuma B, Eva Syamrayana Mulia, Karina W. N

8.	REG-002101	Kecerdasan Emosional Memoderasi Pengaruh Konflik Keluarga Pekerjaan Terhadap Kinerja Karyawan Work From Home Sebagai Dampak Covid 19	Christina Tri Hardjanti Nugrahaningsih, Bernadeta Irmawati
9.	REG-002141	Gaya Kepemimpinan, Iklim Organisasi Dan Budaya Organisasi Terhadap Prestasi Kerja Pegawai Badan Kesatuan Bangsa Dan Politik Provinsi Sulawesi Selatan	Abdurahman Basalamah, Muhammad Ibnu Taufan
10.	REG-002188	Analisis Gaya Kepemimpinan Paternalistik Dalam Meningkatkan Kinerja Pegawai	Toto, Yusup Iskandar, Supriyadi
11.	REG-002190	Pengaruh Pengendalian Internal Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Japfa Comfeed Indonesia Tbk	Agung Laksana Jamal, Annisa, Armin Sudirman
12.	REG-002197	Penilaian Perilaku Pro Sosial Organizational Citizenship Behavior Toward The Environment (OCBE) Karyawan PT "XY" Di Semarang : Metode Dua Arah	Bernadeta Irmawati, Christina Tri Hardjanti Nugrahaningsih, Berta Bakti Retnawati
13.	REG-002207	Analisis Loyalitas Karyawan Bagian Penjualan Pt. Jujur Jaya Sakti Daihatsu Makassar	Musdar, Arif Kahar, Muhammad Abbas, Nilmayanti
14.	REG-002227	Pengaruh Gaji Dan Tpp Terhadap Kinerja Pegawai Negeri Sipil Pada Kantor Sekretariat Daerah Kabupaten Barru	Ulyana Muslimin
15.	REG-002233	Pengaruh Penilaian Prestasi Kerja Dan Loyalitas Karyawan Terhadap Promosi Jabatan Pada Pt. Prima Karya Manunggal Kab. Pangkep	Ridwan Bempah, Anisa Pratiwi Achmad, Virza Hardianti, Serina Gabriela Lantang
16.	REG-002255	Pengaruh Job Crafting Dan Personal Resources Terhadap Work Engagement Dan Kinerja Karyawan Umkm Di Yogyakarta	Kurnia Indah Astuti, Suhartini
17.	REG-002100	Pengaruh Kontrak Psikologis Dan Iklim Kerja Terhadap Perilaku Meyimpang Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Kerja Karyawan Pada Kantor Pos Pemalang	Isnaini, Zainal Mustafa Elqadri
18.	REG-002051	Peranan Manajemen Sumber Daya Manusia Dalam Organisasi	Jufri Sambara

19.	REG-002231	Pengaruh Keadilan Organisasional Dan Counterproductive Work Behaviour Terhadap Kinerja Karyawan PT. Prathama Line Logistic	I Gusti Agus Ngurah Aryanjaya, I Gusti Ayu Dewi Adnyani
20.	REG-002346	Pengaruh Teamwork Terhadap Produktivitas Karyawan Dengan Loyalitas Sebagai Mediasi Pada Grand Abe Hotel Jayapura	Muhdi B Hi Ibrahim, Entar Sutisman, Suratini, Siti Mariani
21.	REG-002374	Dinamika Multi Peran: Peran Bleisure Terhadap Peningkatan Kinerja Akademik	Nurhidayati, Gusti Rai Bagaskara, Nailil Muna
22.	REG-002382	Peran Knowledge Sharing Dan Work Experience Terhadap Employee Performance Dengan Competency Sebagai Variabel Intervening Pada Masa Pandemi Covid-19	Marno Nugroho, Laili Fahrotus Sofiyati, Budhi Cahyono
23.	REG-002440	Aktivitas E-Learning, Growth Mindset Dan Employee Workforce Agility Di Perusahaan Asuransi Indonesia Pada Masa Pandemi Covid-19	Ika Suhartanti Darmo, Raisa Christia Harumi
24.	REG-001943	Dukungan Organisasional Sebagai Mediasi Pemberdayaan Psikologi Dan Komitmen Organisasional	Muhadjir Anwar, Arif Wianto
25.	REG-002110	Peranan Manajemen Sumber Daya Manusia Di Rumah Sakit	Muhammad Nasir
26.	REG-002471	Analisis Pengaruh Stres Kerja Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan PDAM Kota Parepare	Irwan Idrus, Anwar Talib, Surahmi
27.	REG-002479	Pengaruh Pelatihan Dan Lingkungan Kerja Fisik Terhadap Kinerja Dengan Motivasi Sebagai Variabel Moderating Pada Karyawan Perumda Air Minum Tirta Kandilo Kabupaten Paser	Dedy Darmawan, Farida Islamiah, Muhammad Akbar
28.	REG-001680	Peningkatan Kualitas Pelayanan Publik Berbasis Teknologi Informasi Dan Kearifan Lokal Masyarakat Pasemah Kota Pagar Alam Pada Masa Pandemi Covid-19	Hardiyansyah Hardiyansyah, Tri Rusilawati Kasisariah
29.	REG-002116	Analisis Pengaruh Daya Nalar, Pola Pikir Dan Daya Kreatif Terhadap Peningkatan Kecerdasan SDM Melalui Penciptaan Ide Kreatif	Rasmulia Sembiring, Sunday Ade Sitorus
30.	REG-002117	Analisis Peningkatan Optimalisasi Kemampuan Sdm Dalam Masa Pandemi Covid-19	Siti Normi

~ **TULIP ROOM**; 3nd Floor, Claro Hotel, Makassar ~

Track 4 : Manajemen SDM
 Jumlah Artikel : 30
 Pukul : 13.00 – 15.30 WITA
 Chairperson : Dr. Imaduddin, ST., MM
Durasi Presentasi : 5 menit/presenter

No.	ID Artikel	Judul Artikel	Presenter/Author
1.	REG-002119	Faktor-Faktor Yang Menentukan Kesesuaian Penempatan Kerja Terhadap Prestasi Kerja	Kristanty MN Nadapdap
2.	REG-002120	Analisis Penggunaan Teknologi Informasi, Perilaku Mahasiswa Dan Kompetensi Dosen Terhadap Kemampuan Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Methodist Indonesia)	Robinhot Gultom, Elperida J. Sinurat
3.	REG-002121	Human Resource Transformation Terhadap Readiness To Change Pada Berbagai Organisasi Di Kota Medan	Elperida Juniarni Sinurat, Lailan Tawila Berampu, Robinhot Gultom
4.	REG-002270	Pengaruh Praktik Pengelolaan SDM Terhadap Kinerja Karyawan Di Era Digital Pada Kantor Pusat PT Pegadaian	Hari Muharam, Radjab Tampubolon
5.	REG-002514	Pengaruh Kepemimpinan Transformasional, Flexible Work-Arrangement Dan Keterikatan Kerja Pada Kinerja (Studi Pada Industri Kafe Di Kota Yogyakarta)	Muhammad Faiq Jauhar, Andriyastuti Suratman
6.	REG-002517	Dampak Lingkungan Kerja Dan Budaya Organisasi Pada Kinerja Karyawan (Studi Pada Usaha Cuci Sepatu Di Yogyakarta)	Dimas Arya Setyaki, Andriyastuti Suratman
7.	REG-002464	Analisis Faktor Mempengaruhi Kinerja Pegawai Pada Dinas Pekerja Umum Dan Penataan Ruang Kota Parepare	Nurasisah
8.	REG-002470	Pengaruh Tunjangan Kinerja Terhadap Prestasi Kerja Pegawai Komisi Pemilihan Umum Kota Parepare	Sudirman

9.	REG-002528	Pengaruh Tunjangan Profesi Dan Kompetensi Terhadap Kinerja Guru Di Perguruan Muhammadiyah Kota Parepare	Parman, Fatimah, Astri Susiana
10.	REG-001979	Strategi Pengembangan Program Penempatan Pekerja Migran Indonesia (PMI) Di sektor Formal	Yeni Nuraeni
11.	REG-002415	Kinerja Pegawai Ditinjau Dari Kompetensi, Teknologi Informasi, Budaya Organisasi Dan Beban Kerja (Studi Pada Korwil Pendidikan Kecamatan Ngawen Kabupaten Klaten)	Istiatin, Hananta Budi Nugraha, Sudarwati
12.	REG-002449	Pengaruh Gaya Kepemimpinan Transformasional Dan Budaya Organisasi Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan LPP Convention Hotel Demangan Yogyakarta	Mona Kris Dianti, Agustini Dyah Respati
13.	REG-002476	Pengaruh Penempatan Dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Pada Rumah Sakit Umum Daerah (RSUD) Madisng Kabupaten Pinrang	Nirwana Sampara, Deasy Soraya A Aminartha
14.	REG-002509	Pengaruh Gaya Kepemimpinan Partisipatif Terhadap Motivasi Kerja Karyawan Pada PT. Bri Syariah Kc. Banjarmasin	Nurhayati, Maya Rezeki Angriani, Dewi Aina
15.	REG-002253	Kinerja Pegawai Ditinjau Dari Kepemimpinan, Motivasi, Komunikasi Dan Lingkungan Kerja (Study Case Organisasi Perangkat Daerah (OPD) Pemerintah Kabupaten Klaten)	Fithri Setya Marwati, Ety Imam Parawati, Istiatin, Sudarwati
16.	REG-002300	Pengaruh Komitmen Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Dan Turnover (Studi Empiris Pada Karyawan Pabrik PT. X)	Keniya Larasati, Mahyarni
17.	REG-002468	Pengaruh Budaya Lokal Terhadap Kualitas Kerja Karyawan Pada Pt. Hadji Kalla Toyota Kota Parepare	Rusmin Nuryadin, Sisni Miayu
18.	REG-002510	The Effect Of Work Stress And Work Discipline On Lecturer's Research Performance After Pandemic (Study At Sari Mulia University Banjarmasin)	Maya Rezeki Angriani, Analisa, A. Firsar Ariza, Humaidi, Tino K. F

19.	REG-007107	Pengaruh Motivasi Kerja Dan Pelatihan Terhadap Kinerja Bintara Pada Kantor Kepolisian Negara Republik Indonesia Daerah (POLDA) Sulawesi Selatan	Ahmad AC
20.	REG-007109	Collaborative Governance Dalam Penyelenggaraan Sekolah Vokasi Di Kota Makassar	Andi Fahri Faisal
21.	REG-007110	Bumdes Sebagai Aset Desa Untuk Peningkatan Perekonomian Menuju Kemandirian Desa	Muhammad Ridwan Basalamah, Budi Wahono, Miftakhul J
22.	REG-007111	Peningkatan Employee Engagement Karyawan Kud Pakis Melalui Organizational Justice Dan Team Work	Rofiatul Istiqomah, Khalikussabir, Budi Wahono
23.	REG-007112	Developing Business English Materials During Covid-19 Outbreak: The Neglected Urgency	Abdul Hamid Aly, Erfan Efendi
24.	REG-002353	Pengaruh Motivasi Kerja dan Disiplin Kerja terhadap Kinerja Pramudi Bus Trans Jogja di PT Jogja Tugu Transportasi (PT JTT)	Arief Darmawan
25.	REG-002032	Servant Leadership behaviour and Team Creativity, the impact of Team Ambidexterity as Mediator	Tina Melinda, Natalia Christiani, Imelda Ritunga, Tony Antonio
26.	REG-002605	Analisis Pengaruh Budaya Organisasional dan Pelatihan Terhadap Kinerja Karyawan Melalui Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Intervening Pada Divisi Polyvinyl Chloride (PVC) di PT Asahimas Chemical Banten (ACB)	Nilam Ratna Nur Widadsari, Trias Setiawati, Handrio Adhi Pradana
27.	REG-002098	Kondisi Kinerja Karyawan PT. Garuda Indonesia di Masa Pandemi Covid-19	Lohana Juariyah, Syihabudhin, Afwan Hariri AP, Dimas S. P
28.	REG-001681	Pengaruh Supervisor Support Terhadap Turnover Intention Yang di Mediasi Oleh Work Engagement Pada Karyawan Perusahaan Optik Di Jakarta	Deasy Aseanty
29.	REG-001978	Pengaruh Komitmen Organisasi Dan Kualitas Kehidupan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Perusahaan X Di Surabaya	Kustini
30.	REG-002054	Pengaruh POS, Motivation, Working Environment & Ekstrinsic Reward terhadap EJP Di Sekolah Walisongo Bekasi	Merdiyanti Rika Kusuma

[REG-002102]

**Pengaruh Social Media Influencer dan E-Wom terhadap Brand Image serta
Dampaknya terhadap Purchase Intention**

Tri Adhi Santoso

Universitas Katolik Soegijapranata

Abstrak

The purpose of this study is to carry out empirical testing of the effect of social media influencer and E-Wom on purchase intention within mediating variable brand image. This study uses structural equation modeling (SEM) to test the hypothesis from the 154 respondents that appropriate to the study criteria. The results demonstrate that social media influencer and E-Wom is positively related to brand image and purchase intention. In addition, brand image plays a mediating role in the relationship between E-Wom and purchase intention, but not between social media influencer and purchase intention. There are two limitations of this paper, first collected data questionnaire via online has the opportunity to produce biased data. Second, the limited number of respondents frequently do not really describe the behavior of the population.

Keywords: Purchase Intention; Brand Image; Social Media Influencer; E-Wom

→ DIDUKUNG OLEH



→ CO-HOST



Departemen Manajemen - FEB
Universitas Airlangga, Surabaya



Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya, Jakarta



Program Studi Manajemen
Universitas Negeri Makassar



School of Business Makassar
Universitas Ciputra



Program Studi Manajemen
Universitas Negeri Yogyakarta



Prodi Manajemen Univ. Internasional
Senen Indonesia - Gresik



Program Studi Manajemen Univ.
Siliwangi, Tasikmalaya



Program Studi Manajemen Univ.
Kristen Indonesia, Toraja



Program Studi Manajemen
STIE IBS - Jakarta



Program Studi Manajemen
STIE Bank BPD, Jember



Program Studi Manajemen
Universitas Islam Lamongan



Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Sribusani, Semarang



Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Widyajati, Sumenep



Program Studi Manajemen Univ.
Jendral Soedirman, Purwokerto



Program Studi Manajemen, FEB
Universitas Mercu Buana, Jakarta



Program Studi Manajemen Univ.
Seogijsmanita, Semarang



Program Studi Manajemen Univ.
Wijaya Putra, Surabaya



Program Studi Manajemen Univ.
Pendidikan Indonesia, Bandung



Program Studi Manajemen
UPN Veteran, Surabaya



Program Studi Manajemen
Universitas Galuh, Ciamis



Program Studi Manajemen
Universitas Pakuan, Bogor



Program Studi Manajemen
Universitas Muhammadiyah, Luwuk



Program Studi Manajemen, FEB
Universitas Pertamina, Jakarta



Program Studi Manajemen,
Universitas Andi Djemma, Palopo



Program Studi Manajemen,
Universitas Sintuwu Marcus, Pono



Program Studi Manajemen,
Universitas Methodist Indonesia, Medan



Program Studi Manajemen,
Universitas Lambung Mangkurat, Banjarmasin



Program Studi Manajemen,
Universitas Bangka Belitung



Program Studi Manajemen
Universitas Udayana, Bali



Fakultas Ekonomi & Bisnis
UNISMA, Malang



Program Studi Manajemen
UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta



Program Studi Manajemen, FEB
Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta



Program Studi Manajemen
STIE Widya Praja, Tanah Gregot



Program Studi Manajemen Univ.
Lampol, Soppeng



Program Studi Manajemen, FEB
Universitas Muhammadiyah, Pare-pare



Program Studi Manajemen
STIESIA, Surabaya



Program Studi Manajemen
Universitas MDP, Palembang



Program Studi Manajemen
Universitas Negeri Malang



Fakultas Ekonomi & Bisnis
Universitas Telkom, Bandung



Program Studi Manajemen
Universitas Tonakaka, Maninjau



Program Studi Manajemen
Universitas Mataram



Program Studi Manajemen
Universitas Islam Riau



Program Studi Manajemen
Universitas Dhyana Pura, Bali



Program Studi Manajemen
Universitas Katolik De La Salle, Manado

FMI KORWIL SULAWESI SELATAN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MUSLIM INDONESIA

Sekretariat : Jalan Urip Sumoharjo Km. 5, Makassar, 90231

Website : www.fmi13makassar.umi.ac.id; www.fmi.or.id

Email : panitia.fmi@umi.ac.id



PENGARUH SOCIAL MEDIA INFLUENCER DAN E-WOM TERHADAP BRAND IMAGE SERTA DAMPAKNYA TERHADAP PURCHASE INTENTION

Tri Adhi Santoso

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Universitas Katolik Soegijapranata

Email: triadhisantoso91@gmail.com

Abstract

The purpose of this study is to carry out empirical testing of the effect of social media influencer and E-Wom on purchase intention within mediating variable brand image. This study uses structural equation modeling (SEM) to test the hypothesis from the 154 respondents that appropriate to the study criteria. The results demonstrate that social media influencer and E-Wom is positively related to brand image and purchase intention. In addition, brand image plays a mediating role in the relationship between E-Wom and purchase intention, but not between social media influencer and purchase intention. There are two limitations of this paper, first collected data questionnaire via online has the opportunity to produce biased data. Second, the limited number of respondents frequently do not really describe the behavior of the population.

Keywords: *purchase intention; brand image; social media influencer; E-Wom*

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melakukan pengujian empiris pengaruh influencer media sosial dan E-Wom terhadap minat beli dalam variabel mediasi citra merek. Penelitian ini menggunakan model persamaan struktural (SEM) untuk menguji hipotesis dari 154 responden yang sesuai dengan kriteria penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa influencer media sosial dan E-Wom berhubungan positif dengan citra merek dan niat beli. Selain itu, citra merek memainkan peran mediasi dalam hubungan antara E-Wom dan niat beli, tetapi tidak antara influencer media sosial dan niat beli. Ada dua batasan dalam makalah ini, pertama mengumpulkan data kuesioner melalui online yang berpeluang menghasilkan data yang bias. Kedua, keterbatasan jumlah responden seringkali tidak benar-benar menggambarkan perilaku penduduk.

Kata kunci: *purchase intention; brand image; social media influencer; E-Wom*

Pendahuluan

Pada era globalisasi sekarang ini, internet menjadi semakin canggih dan terus berkembang, masyarakat sudah banyak memakai untuk memenuhi kebutuhan sehari-harinya. Dulu mengenal internet hanya untuk mencari data, tetapi sekarang internet bisa digunakan untuk banyak hal, salah satunya adalah untuk menjalankan usaha.

Jumlah pengguna internet di Pulau Jawa pada periode 2019-2020 mengalami kenaikan dari periode 2018, provinsi terbanyak kenaikan pengguna internetnya di Pulau Jawa adalah Provinsi Jawa Barat yang pada periode 2018 menunjukkan angka 28.261.216 mengalami kenaikan di tahun 2019-2020 menjadi 35.100.611, disusul Provinsi Jawa Tengah yang pada periode 2018 menunjukkan angka 24.531.969 di periode 2019-2020 menjadi 26.536.320, lalu ada Provinsi Jawa Timur yang pada periode 2018 menunjukkan angka 23.278.399 di periode 2019-2020 menjadi 26.350.802, kemudian ada Provinsi Banten yang pada periode 2018 menunjukkan angka 8.145.020 di periode 2019-2020 menjadi 9.980.725, dilanjutkan dengan Provinsi DKI Jakarta yang pada periode 2018 menunjukkan angka 8.384.112 di periode 2019-2020 menjadi 8.928.485, dan terakhir Provinsi DI Yogyakarta yang pada periode 2018 menunjukkan angka 2.746.706 mengalami kenaikan di periode 2019-2020 menjadi 2.817.905 (APJI, 2020).

Kenaikan jumlah pengguna internet tersebut menandakan bahwa masyarakat sudah sadar akan pentingnya pemakaian internet dalam kehidupan sehari-harinya, khususnya pada sektor ekonomi dan tentunya akan banyak mempengaruhi proses transaksi jual beli secara online. Kazmi & Mehmood

(2016) menyoroti bahwa *purchase intention* merupakan komponen penting dalam perilaku pembelian konsumen, karena mempengaruhi konsumen untuk menentukan pilihan diantara alternatif yang berbeda yang ada di pasar berdasarkan preferensi mereka. Jika *purchase intention* tinggi maka akan ada peluang tinggi bagi pelanggan untuk membeli produk atau layanan.

Menurut penelitian Asnawati (2017), *brand image* dapat diimplementasikan sebagai variabel intervening antara endorsement dan *Purchase intention* karena signifikan positif hubungan antara *brand image* dan *purchase intention*. Senada dengan penelitian oleh (Vien, Yun, & Fai, 2017) menyatakan bahwa *brand image* merupakan salah satu faktor penyebab sikap merek dengan hubungan positif yang signifikan terhadap *purchase intention*. Penelitian (Hermenda, Sumarwan, & Tinaprillia, 2019) menunjukkan bahwa *social media influencer* tidak dapat menarik konsumen secara langsung untuk memulai pembelian, tetapi setelah melihat ulasan yang baik dari influencer, konsumen akan menghubungkan persepsi mereka dengan *brand image* mereka sendiri, kemudian memberi semangat konsumen untuk membeli produk.

Dalam penelitian yang dilakukan (Johansen & Guldvik, 2017) menjelaskan bahwa *influencer* memiliki efek positif pada *purchase intention*, tetapi tidak signifikan, padahal secara tradisional dalam teori pemasaran menyebutkan bahwa *influencer* dapat mempengaruhi *purchase intention*, terutama berfokus perubahan sikap. *Purchase intention* dipengaruhi oleh ulasan umpan balik dari konsumen lain (Mohammed, Mustafa, & Sahin, 2016). Demikian pula, ulasan online dan umpan balik penting dalam proses pembelian karena pelanggan dimotivasi oleh jenis aktivitas membeli produk atau membuat pilihan produk atau layanan (Kazmi & Mehmood, 2016). Dalam hal ini, E-WOM menjadi saluran yang interaktif dan jelas karena internet berpengaruh dalam membujuk lebih banyak *purchase intention* (Alalwan et al., 2019).

Fenomena dan riset gap yang telah dijelaskan membuat penelitian ini menggunakan judul “Pengaruh *social media influencer* dan E-Wom terhadap *brand image* dan Dampaknya terhadap *purchase intention* pada Pengguna Marketplace Online di Kota Semarang”.

Landasan Teori

Social media influencer

Social media influencer menurut (Rachmy, 2019) merupakan orang yang dapat menggambarkan interpretasi sebuah citra merek terhadap audiens untuk menggunakan dan memilih merek tersebut, citra tersebut dapat dipilih, dibuat, diimplementasikan, diolah dan dikelola melalui kegiatan komunikasi pemasaran melalui *social media influencer*.

E-Wom

E-Wom diartikan sebagai cara komunikasi yang memberikan informasi kepada konsumen tentang penjual, dan penggunaan produk dan layanan melalui teknologi berbasis internet, konsumen yang sudah pernah melakukan pembelian memiliki kesempatan untuk membuat ulasan bagi calon konsumen, dengan membagikan pendapat mereka melalui blog, mikro-blog, papan obrolan, ruang obrolan dan situs jejaring sosial (Thoo Ai Chin & Lai, 2018).

Brand image

Brand image merupakan sebuah atribut dan sifat ekstrinsik yang terbentuk di dalam pikiran konsumen melalui pengalaman langsung konsumen sebelumnya dengan produk atau melalui program pemasarannya yang bertujuan untuk mendiferensiasi sebuah merek dari kompetitornya (Rachmy, 2019).

Purchase intention

Kazmi & Mehmood (2016) menyoroti bahwa *purchase intention* merupakan komponen penting dalam perilaku pembelian konsumen karena mempengaruhi konsumen untuk menentukan pilihan diantara alternatif yang berbeda yang ada di pasar berdasarkan preferensi mereka. Jika *purchase intention* tinggi maka akan ada peluang tinggi bagi pelanggan untuk membeli produk atau layanan.

Desain Riset dan Hipotesis

Hubungan *Social media influencer* terhadap *Purchase Intention*

Menurut (Isyanto, Sapitri, & Sinaga, 2020) terdapat pengaruh positif dan signifikan antara influencer dengan *purchase intention*. Dari jawaban kuesioner yang diisi oleh responden, influencer menjadi salah satu alat untuk menjangkau konsumen dalam membeli, melalui review yang jujur tidak mengada-ada tanpa memberi pengaruh yang berlebihan, serta kredibilitas juga menentukan pengaruh Influencer terhadap *purchase intention*. Berdasarkan hal tersebut, hipotesis yang diajukan:

H1: *Social media influencer* berpengaruh positif terhadap *Purchase intention*.

Hubungan Social media influencer terhadap Brand image

Godey et al., (2016) menyatakan bahwa praktik pemasaran melalui *social media influencer* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap ekuitas merek suatu produk, mengingat *brand image* tersebut merupakan aspek penting dalam ekuitas merek, maka bisa dikatakan *social media influencer* berpengaruh signifikan terhadap *brand image* suatu produk. Berdasarkan hal tersebut, hipotesis yang diajukan:

H2: *Social media influencer* berpengaruh positif terhadap *brand image*

Hubungan E-WOM terhadap Purchase Intention

Hubungan antara E-WOM dan *purchase intention* menunjukkan bahwa meskipun penggunaan Internet telah berkembang, tetapi alat Web tidak cukup berpengaruh terhadap keputusan pembelian pelanggan. Namun, ini menunjukkan bahwa E-Wom tidak memotivasi pelanggan untuk membeli produk secara langsung, tetapi membantu pemasar dalam membangun *brand image* yang disukai secara tidak langsung mengarah pada *purchase intention* yang positif. Dengan menerima komentar positif dari individu lain yang dapat dipercaya oleh pelanggan, diharapkan tingkat kepercayaan yang lebih tinggi akan menuju pada merek. Keyakinan seperti itu memengaruhi perilaku dan hasil pembelian pelanggan dalam *purchase intention* yang menguntungkan (Kala & Chaubey, 2018). Berdasarkan hal tersebut, hipotesis yang diajukan:

H3: E-Wom berpengaruh positif terhadap *purchase intention*

Hubungan E-WOM terhadap Brand image

Kala & Chaubey, (2018) memberikan rekomendasi bahwa E-Wom adalah elemen penting dari strategi pemasaran online dan menambah *brand image* dan perilaku pembelian, konsumen yang merasa tidak pasti terhadap merek cenderung mencari informasi secara online, kemudian menganalisis informasi dan ulasan online berguna untuk membuat lebih banyak keputusan pembelian. Temuan tersebut mengungkapkan dampak signifikan dari E-WOM pada *brand image*, menunjukkan bahwa konsumen sengaja menggunakan ulasan atau informasi yang diperoleh dari saluran E-WOM dan menggunakan informasi tersebut dalam membentuk *brand image*.

E-WOM dapat menciptakan *brand image* untuk suatu organisasi, membangun kepercayaan di antara pembeli, dan memperluas tujuan mendapatkannya (Abir, Muhammad, Yazdani, Bakar, & Hamid, 2020). Berdasarkan hal tersebut, hipotesis yang diajukan:

H4: E-Wom berpengaruh positif terhadap *Brand image*

Hubungan Brand image terhadap Purchase intention

Penelitian (Hermenda et al., 2019) menunjukkan bahwa *Social media influencer* tidak dapat menarik konsumen secara langsung untuk memulai pembelian, tetapi setelah melihat ulasan yang baik dari influencer, konsumen akan menghubungkan persepsi mereka dengan *brand image* mereka sendiri, kemudian memberi semangat konsumen untuk membeli produk.

Menurut (Vien et al., 2017), *Brand image* merupakan salah satu faktor penyebab sikap merek dengan hubungan positif yang signifikan terhadap *Purchase intention*.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang dilakukan (Isyanto et al., 2020) menemukan hasil bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara *Brand image* terhadap *Purchase intention*, dari jawaban kuesioner yang diisi oleh responden, dapat disimpulkan bahwa indikator *Brand image* memberikan pengaruh besar pertumbuhan *Purchase intention*.

Studi sebelumnya dari (Mohammed et al., 2016) menemukan temuan serupa, yaitu *brand image* yang tinggi dari suatu layanan memicu *purchase intention* yang lebih tinggi. Berdasarkan hal tersebut, hipotesis yang diajukan:

H5: *Brand image* melakukan perannya sebagai variabel mediator antara variabel *social media influencer* dan E-Wom terhadap *purchase intention*

Metode Penelitian

Subyek Penelitian (Sampel Penelitian)

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan sampel konsumen yang menggunakan *online marketplace* selama periode Januari 2021 hingga April 2021. Sebanyak 300 penawaran pengisian kuesioner disebarkan melalui media elektronik, dan 202 setuju untuk berpartisipasi, namun 48 kuesioner tidak memenuhi syarat karena mereka tidak melengkapi instrumen survei. Sampel akhir kami adalah 154, yang mewakili tingkat respon 51,33%. Komposisi jenis kelamin terdiri dari 59,74% perempuan dan 40,26% laki-laki.

Pengukuran

Setiap variabel dalam penelitian ini menggunakan item pengukuran yang ada untuk menjaga reliabilitas dan validitas suatu penelitian (Wang, Sharma, & Cao, 2016). *Social media influencer* menggunakan 4 item yang dari (Rachmy, 2019). E-Wom menggunakan 4 item yang dikembangkan oleh (Kala & Chaubey, 2018). *Brand image* yang dikembangkan dengan menghubungkan asosiasi merek yang khas dan kuat menggunakan 4 item dari (Isyanto et al., 2020). *Purchase intention* menggunakan 4 item yang digunakan oleh (Rachmy, 2019).

Tabel I. Statistik Deskriptif dan Korelasi

Variabel	Mean	SD	1	2	3	4	5	6
1 Usia	32.83	5.43						
2 Jenis Kelamin	0.40	0.49	-0.25					
3 <i>Social media influencer</i>	3.47	0.74	-0.16	0.22	0.82**			
4 E-Wom	3.66	0.74	0.18*	0.48	-0.01	.85**		
5 <i>Brand image</i>	3.45	0.78	0.07	0.04	0.30**	0.24**	.84*	
6 <i>Purchase intention</i>	3.47	0.73	1.11	-0.92	0.26**	-0.01	0.33**	0.87

Sumber: Data peneliti yang diolah

Catatan: N = 154. Nilai Cronbach's Alpha ditandai dengan nilai yang dicetak tebal; Usia diukur berdasarkan tahun. Jenis kelamin ditandai sebagai: 0 = perempuan, 1 = laki-laki; * $p < 0.1$, ** $p < 0.01$

Model Confirmatory Factor Analysis (CFA) yang digunakan dalam penelitian ini, ditunjukkan di tabel 2 meliputi tiga aspek penting yaitu validitas diskriminan, validitas konvergen, dan reliabilitas. Model ini mendeskripsikan konstruksi laten dari semua konstruksi yang diamati sebagai jumlah tertimbang. Average variance extracted (AVE) adalah total dari setiap faktor yang dikuadratkan dan dibagi dengan jumlah indikator. Agar validitas konvergen yang memuaskan untuk sebuah konstruk, AVE harus memiliki nilai yang lebih besar dari 0,5. Selanjutnya, maximum covariance (MSV) diukur dengan menghitung jumlah kovarian yang dibagi tiap konstruk laten dengan konstruk lainnya. Selain itu, average shared variance (ASV) adalah rata-rata nilai yang dimiliki oleh konstruk laten dengan semua konstruk model penelitian lainnya. Validitas konvergen dapat dinilai yang dihitung dari composite reliability (CR) yang harus melebihi nilai 0,7 (Wynne W. Chin, 1998). Nilai CR harus melebihi AVE, sedangkan nilai AVE harus lebih besar dari MSV dan ASV (Hair Jr, Black, Babin, & Anderson, 2014).

Tabel 2. Diskriminan dan validitas konvergen tiap variabel

		CR	AVE	MSV	ASV	1	2	3	4
1	<i>Social media influencer</i>	0.82	0.54	0.15	0.09	0.74			
2	<i>E-Wom</i>	0.86	0.59	0.07	0.03	0.07	0.77		
3	<i>Brand image</i>	0.84	0.57	0.14	0.11	0.36	0.27	0.76	
4	<i>Purchase intention</i>	0.87	0.62	0.15	0.09	0.38	0.09	0.37	0.79

Sumber: Data peneliti yang diolah

Catatan: ASV (Average Shared Variance); MSV (Maximum Shared Variance); AVE (Average Variance Extracted); CR (Composite Reliability); Korelasi antar konstruk diwakili oleh nilai yang dicetak tebal (diagonal).

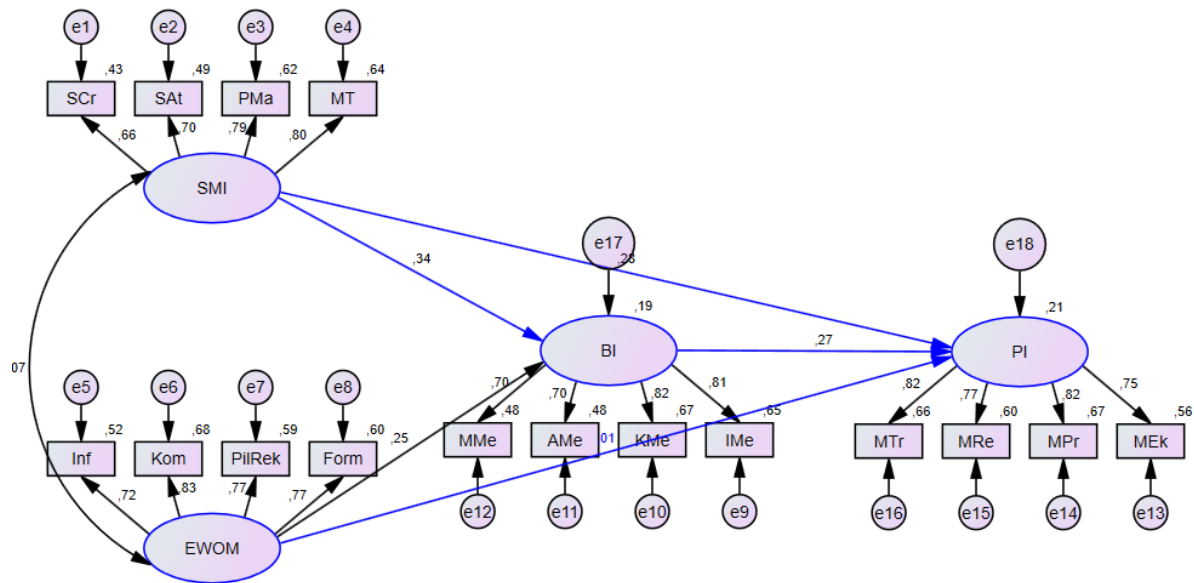
Nilai CR keempat variabel yaitu *Social media influencer*, *E-Wom*, *Brand image*, dan *Purchase intention* berada diatas 0,60 atau berada diatas ambang nilai yang diterima (Fornell & Larcker, 1981). Namun nilai AVE keempat variabel berada di atas nilai ideal sebesar 0.50. Menurut (Fornell & Larcker, 1981), nilai AVE dalam lingkup validitas model pengukuran tergolong estimasi konservatif, sehingga berdasarkan nilai CR peneliti dapat menyimpulkan bahwa terdapat kecukupan nilai validitas dan konvergen konstruk di dalam model penelitian. Berdasarkan pernyataan tersebut, karena nilai CR pada ketiga konstruk tersebut berada di atas batas minimum yaitu berada di atas nilai AVE (Hair Jr et al., 2014), maka reliabilitas internal mengenai item pengukuran dapat diterima.

Tabel 3. Indeks Kecocokan Model Struktural

	χ^2	df	χ^2/df	p	NFI	CFI	GFI	TLI	RMSEA
Hypothesized Model	122.844	98	1.25	< 0.05	0.91	0.98	0.98	0.97	0.04

Sumber: Data peneliti yang diolah

Indeks kecocokan berada di atas ambang batas minimum yang diterima. Untuk model good fit, chi-square berada pada titik normal dengan derajat kebebasan (χ^2 / df) tidak boleh melebihi lima (Bentler, 1985), sedangkan hasil pada tabel 3 menunjukkan angka 1.25 atau < 5. Sedangkan angka Tucker Lewis Index (TLI), Comparative The Fit Index (CFI) dan Goodness-of-Fit Index (GFI) harus melebihi 0,9 (Bentler, 1985; Browne & Cudeck, 1992), sedangkan hasil dari model struktural, hasil penelitian menunjukkan angka TLI sebesar 0.97, CFI sebesar 0.98 dan GFI sebesar 0.98 dimana ketiganya menunjukkan > 0.9. Lebih lanjut, nilai yang diterima secara umum untuk Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA) tidak boleh melebihi 0,05 (Browne & Cudeck, 1992), sedangkan hasil dari penelitian ini menunjukkan angka kesesuaian 0,04 atau < 0,05, sehingga nilai kesesuaian model struktural dalam penelitian ini menunjukkan goodness-of-fit.



Gambar I. Hasil uji hipotesis

Sumber: Data peneliti yang diolah

** $p < 0.001$

Penelitian ini menggunakan *structural equation modelling* (SEM) untuk menguji hubungan langsung antara *social media influencer* terhadap *purchase intention*, *social media influencer* terhadap *brand image*, E-Wom terhadap *purchase intention*, E-Wom terhadap *brand image* serta hubungan antara *brand image* dengan *purchase intention*. Lebih lanjut, H1 menguji *social media influencer* terhadap *purchase intention*. Koefisien jalur standar untuk hubungan ini ditemukan menjadi ($\beta = 0.33$, $p < 0.001$) atau positif signifikan sehingga H1 diterima. Selanjutnya, variabel *social media influencer* secara parsial mempengaruhi *brand image* secara signifikan atau ($\beta = 0.45$, $p < 0.001$) sehingga H2 diterima. Lebih lanjut, variabel E-Wom berpengaruh positif tidak signifikan terhadap *purchase intention* atau ($\beta = 0.01$, $p = 0.943$) atau H3 diterima. Lebih lanjut, variabel E-Wom berpengaruh positif tidak signifikan terhadap *brand image* atau ($\beta = 0.28$, $p = 0.006$) atau H4 diterima. Selanjutnya H5 menguji peran mediator dari *brand image* terhadap hubungan antara *social media influencer* terhadap *purchase intention* yang menunjukkan angka ($\beta = 0.23$, $p = 0.006$), sehingga variabel *brand image* tidak menjalankan fungsinya sebagai variabel mediator. Terakhir uji hipotesis menunjukkan nilai dari variabel mediator *brand image* diantara hubungan E-Wom dengan *purchase intention* menunjukkan angka ($\beta = 0.33$, $p < 0.001$), sehingga variabel *brand image* menjalankan fungsinya sebagai variabel mediator antara E-Wom dengan *purchase intention*.

Konklusi dan Diskusi

Penelitian ini menyelidiki hubungan antara *social media influencer* dan E-Wom terhadap *purchase intention* melalui *brand image* sebagai variabel mediator. Secara garis besar hasil dari studi ini sesuai dengan hipotesis yang dikembangkan. Pertama, hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa ada hubungan positif antara *social media influencer* dengan *purchase intention*. Konsumen yang telah terpapar *influencer* memiliki kecenderungan untuk membeli jauh lebih banyak di setiap kesempatan pembelian setelah pemaparan (Smith, 2016), selanjutnya konsumen akan secara aktif mencari platform penjualan yang memiliki keterlibatan mendalam diantara konsumen dengan *influencer*. Kedua, terdapat hubungan positif diantara *social media influencer* dengan *brand image*. Serupa dengan penelitian (Tri Hariyanti & Wirapraja, 2018) yang menemukan bahwa *social media influence* dapat meningkatkan penjualan secara signifikan dan serta menampilkan *brand image* yang baik bagi konsumen, dengan kata lain, mereka bertindak sebagai perantara antara perusahaan dan konsumen untuk menyampaikan informasi produk kepada konsumen dengan baik. Ketiga, variabel E-Wom berpengaruh positif terhadap *purchase intention*. Hal tersebut mendukung temuan (Bataineh, 2015) yaitu *purchase intention* merupakan salah satu efek yang paling umum dari komunikasi E-Wom salah satunya dari sikap

menguntungkan atau tidak menyenangkan pelanggan sangat bergantung pada ulasan pelanggan online. Lebih lanjut *purchase intention* dipengaruhi oleh ulasan umpan balik dari konsumen lain (Mohammed et al., 2016). Demikian pula, ulasan online dan umpan balik penting dalam proses pembelian karena pelanggan dimotivasi oleh jenis aktivitas membeli produk atau membuat pilihan produk atau layanan (Kazmi & Mehmood, 2016). Dalam hal ini, E-WOM menjadi saluran yang interaktif dan jelas karena internet berpengaruh dalam membujuk lebih banyak *purchase intention* (Alalwan et al., 2019). Keempat, penelitian ini menemukan terdapat hubungan positif antara E-Wom dengan *brand image*. Hal tersebut sesuai dengan hasil penelitian dari (Kazmi & Mehmood, 2016; Mohammed et al., 2016), yang menyebutkan bahwa untuk mempertahankan pelanggan dalam jangka panjang, perusahaan harus memenuhi kebutuhan pelanggan yang ada untuk mengurangi biaya menarik pelanggan potensial, ini berarti review pelanggan yang ada secara langsung mempengaruhi *brand image* suatu perusahaan (Kazmi & Mehmood, 2016). Terakhir penelitian ini menunjukkan bahwa tidak ada peran mediator dari *brand image* pada hubungan antara *social media influencer* dengan *purchase intention*. Sebaliknya variabel *brand image* melakukan perannya sebagai variabel mediator diantara hubungan antara E-Wom dengan *purchase intention*.

Implikasi Praktis

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan implikasi teori dan implikasi praktis. Secara teori, penelitian ini berkontribusi sedikit terhadap teori yang berkaitan dengan *purchase intention*, *brand image*, E-Wom, dan *social media influencer*. Sedangkan dalam sudut pandang implikasi praktis, penelitian ini bertujuan untuk memberikan pandangan terkait dengan bisnis online yang saat ini sedang marak, terutama berkaitan dengan *social media influencer* di Indonesia. Sesuai dengan fungsinya untuk menjalankan komunikasi dalam memperkenalkan produk, dirasakan pengusaha platform online di Indonesia perlu memperhatikan hal tersebut, karena masyarakat Indonesia pada dasarnya memiliki kecenderungan tinggi untuk melakukan kegiatan *brainstorming* (Perdhana, Sawitri, & Siregar, 2019).

Limitasi dan agenda penelitian mendatang

Terdapat beberapa limitasi dari penelitian ini. Pertama, penelitian yang disebarakan melalui kuesioner online berpotensi menghasilkan data bias, karena berpotensi mendapatkan responden yang tidak sesuai dengan kriteria penelitian. Kedua, keterbatasan sampel yang digunakan di dalam penelitian berpotensi menghasilkan penelitian yang tidak menggambarkan perilaku dari populasi. Penelitian di masa mendatang perlu mempertimbangkan aspek kultural, terutama di Indonesia yang multi-kultur. Lebih lanjut, perilaku manusia dapat dipahami lebih komprehensif melalui aspek kultural (Suharnomo & Syahruramdhan, 2018).

Bibliography

- Abir, Tanvir, Muhammad, Dewan, Yazdani, Nur A., Bakar, Abu, & Hamid, Abdul. (2020). *Brand image, eWOM, Trust and Online Purchase intention of Digital Products among Malaysian Consumers. Journal of Xi'an University of Architecture & Technology, XII(III)*. <https://doi.org/10.37896/jxat12.03/452>
- Alalwan, Ali Abdallah, Algharabat, Raed Salah, Baabdullah, Abdullah M., Rana, Nripendra P., Raman, Ramakrishnan, Dwivedi, Rohita, & Aljafari, Abdullah. (2019). Examining the impact of social commerce dimensions on customers' value cocreation: The mediating effect of social trust. *Journal of Consumer Behaviour, 18(6)*, 431–446. <https://doi.org/10.1002/cb.1782>
- APJI. (2020). Profil pengguna internet Indonesia 2020. Retrieved from <https://apjii.or.id/downfile/file/PROFILPENGGUNAINTERNETINDONESIA2020.pdf>
- Bataineh, Abdallah Q. (2015). The Impact of Perceived E-Wom on *Purchase intention*: The Mediating Role of Corporate Image. *International Journal of Marketing Studies, 7(1)*, 126–138. <https://doi.org/10.5539/ijms.v7n1p126>
- Bentler, Peter M. (1985). *Theory and Implementation of EQS; A Structural Equations Program*. Los Angeles: BMDP Statistical Software.

- Browne, Michael W., & Cudeck, Robert. (1992). Alternative Ways of Assessing Model Fit. *Sociological Methods & Research*, 21(2), 230–258. <https://doi.org/10.1177/0049124192021002005>
- Chin, Thoo Ai, & Lai, Lee Yoke. (2018). Determinants of *brand image* and their impacts on *purchase intention* of grab. *Journal of Arts and Social Sciences*, 2(1), 26–36.
- Chin, Wynne W. (1998). Commentary: Issues and Opinion on Structural Equation Modeling. *MIS Quarterly*, 22(1), vii–xvi. Retrieved from <http://www.jstor.org/stable/249674>
- Fornell, Claes, & Larcker, David F. (1981). Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error. *Journal of Marketing Research*, 18 (1), 39–50.
- Godey, Bruno, Manthiou, Aikaterini, Pederzoli, Daniele, Rokka, Joonas, Aiello, Gaetano, Donvito, Raffaele, & Singh, Rahul. (2016). Social media marketing efforts of luxury brands: Influence on brand equity and consumer behavior. *Journal of Business Research*, 69(12), 5833–5841. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.04.181>
- Hair Jr, Joseph F., Black, William C., Babin, Barry J., & Anderson, Rolph E. (2014). Multivariate Data Analysis. In *Pearson Education Limited*. <https://doi.org/10.1002/9781118895238.ch8>
- Hermenda, Atika, Sumarwan, Ujang, & Tinaprillia, Netti. (2019). The Effect of *Social media influencer* on *Brand image*, *Self-Concept*, and *Purchase intention*. *Journal of Consumer Sciences*, 4(2), 76–89. <https://doi.org/10.29244/jcs.4.2.76-89>
- Isyanto, Puji, Sapitri, Rahayu Gita, & Sinaga, Obsatar. (2020). Micro influencers marketing and *brand image* to *purchase intention* of cosmetic products focallure. *Systematic Reviews in Pharmacy*, 11(1), 601–605. <https://doi.org/10.5530/srp.2020.1.75>
- Johansen, Ida Kristin, & Guldvik, Camilla Sveberg. (2017). *Influencer marketing and purchase intentions: how does influencer marketing affect purchase intentions?* Norwegian School of Economics.
- Kala, Devkant, & Chaubey, D. S. (2018). The effect of eWOM communication on *brand image* and *purchase intention* towards lifestyle products in India. *International Journal of Services, Economics and Management*, 9(2), 143–157. <https://doi.org/10.1504/IJSEM.2018.096077>
- Kazmi, Anees, & Mehmood, Qazi Shujaat. (2016). The effect of electronic word of mouth communication and *brand image* on *purchase intention*: A case of consumer electronics in Haripur, Pakistan. *Management Science Letters*, 6, 409–508. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2016.5.003>
- Mohammed, Abubakar, Mustafa, Abubakar, & Sahin, Ilkan Pinar. (2016). Marketing Intelligence & Planning eWOM , eReferral and Gender in the Virtual Community. *Marketing Intelligence & Planning*.
- Perdhana, Mirwan Surya, Sawitri, Dian, & Siregar, Reiner Abeltua. (2019). Adjusting to Indonesia's Culture: The Case of Expatriates in the Education Industry. *Journal of Educational, Health and Community Psychology*, 8(4), 499. <https://doi.org/10.12928/jehcp.v8i4.12708>
- Rachmy, Frisa Sovia. (2019). Pengaruh *Social media influencer* terhadap *Purchase intention* pada Merek Kosmetik Wardah dengan *Brand image* sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 7(2). Retrieved from <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/5605>
- Smith, Erin. (2016). WhiteWave Foods study uses in-store purchase data to complete first ever influencer marketing sales effect study. Retrieved from <https://www.tapinfluence.com/blog-tapinfluence-and-nielsen-catalina-solutions-launch-collaboration-for-cpg-brands-to-measure-sales-impact-of-influencer-marketing-campaigns/>

- Suharnomo, & Syahruramdhan, Fajar Nugraha. (2018). Cultural value differences among ethnic groups in Indonesia: Are Hofstede's Indonesian findings still relevant? *Journal for Global Business Advancement*, 11(1), 6–21. <https://doi.org/10.1504/JGBA.2018.093168>
- Tri Hariyanti, Novi, & Wirapraja, Alexander. (2018). Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen (Sebuah Studi Literatur). *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)*, 1(2), 14–23. <https://doi.org/10.15642/manova.v1i2.350>
- Vien, Chin Vi, Yun, Choy Tuck, & Fai, Pang Looi. (2017). The Effect of Ewom Components on Brand Attitude and *Purchase intention*. *Journal of Global Business and Social Entrepreneurship*, 1(4), 141–150.
- Wang, Zhining, Sharma, Pratyush Nidhi, & Cao, Jinwei. (2016). From knowledge sharing to firm performance: A predictive model comparison. *Journal of Business Research*, 69(10), 4650–4658. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.03.055>

SURAT TUGAS

Nomor : 00593/K.6.4/ST/FEB/XI/2021

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata memberikan tugas kepada:

Nama : Tri Adhi Santoso, SE., MM NPP : 05812021400

Status : Tenaga Pendidik/Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Katolik Soegijapranata

Tugas : Presenter Call of Papers FMI 2021 Maksasar yang diselenggarakan
oleh Forum Manajemen Indonesia (FMI)

Tempat : Secara Daring / Online

Waktu : 27 November 2021

Keterangan : Harap melaksanakan tugas dengan baik dan penuh tanggung
jawab, serta memberikan laporan setelah melaksanakan tugas.



Semarang, 27 November 2021

Dekan,

DRS. THEODORUS SUDIMIN, MS

NPP:058.1.1990.074