

JURNAL MANAJEMEN MARANATHA

DAFTAR ISI

CUSTOMERS' IMPULSE BUYING IN SOCIAL COMMERCE: THE ROLE OF FLOW EXPERIENCE IN PERSONALIZED ADVERTISING Lia Febria Lina dan Larasati Ahluwalia	1-8
IS THE PERCEPTION OF LEAVING THE JOB OF THE LECTURERS INFLUENCED BY QUALITY WORK OF LIFE? Julianti Kasih dan Teddy Marcus Zakaria	9-16
ANALISIS KERANGKA KERJA, ALIRAN, DAN HAMBATAN RANTAI PASOKAN Terryrna Tasya Mizani dan Anton Mulyono Azis	17-24
PERAN KARAKTERISTIK WIRAUSAHAWAN DAN KEMAMPUAN USAHA TERHADAP KEBERHASILAN USAHA DI MASA PANDEMI Susi Widjajani, Ridwan Baraba, dan Rifi Handayani	25-34
FAKTOR PENDORONG <i>PURCHASE INTENTION</i> PRODUK <i>SUSTAINABLE FASHION</i> PADA UMKM Rike Penta Sitio, Rosita Fitriyani, dan Anggun Pesona Intan	35-44
PERAN KEPERCAYAAN MEREK SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA HUBUNGAN KEPRIBADIAN MEREK HALAL DAN LOYALITAS MEREK Mirza Putri Andita, Sulastri Sulastri, dan Zakaria Wahab	45-54
DAMPAK KEPEMIMPINAN TRANSFORMASIONAL DAN PELATIHAN TERHADAP <i>EMPLOYEE WELL-BEING</i> : KEADILAN ORGANISASIONAL SEBAGAI MEDIATOR Mei Ie, Henny Henny, Atalya Fransiska, Viny Angellika, dan Zefanya Salsabilla	55-66
REKONSTRUKSI PEMULIHAN KINERJA PEMASARAN BERBASIS PEMBERDAYAAN PADA PELAKU USAHA MIKRO KECIL DI INDONESIA Febrianur Ibnu Fitroh Sukono Putra, Risanda Alirastra Budiantoro, dan Awanis Linati Haziroh	67-78
PENGUJIAN EFEK KUALITAS DAN RISIKO KEAMANAN PADA INTENSI PEMBELIAN MAKANAN DENGAN MEDIASI <i>TRACEABILITY</i> Hetty Karunia Tunjungsari, Kennedy Lianto, dan Chairy Chairy	79-90