

DAFTAR ISI

	Halaman
Cover Prosiding	i
Editorial Team	iii
Kata Pengantar	v
Artikel	
1 PENGARUH <i>FINANCIAL LITERACY</i> DAN TINGKAT HEDONISME TERHADAP MINAT PENGGUNA PINJAMAN <i>ONLINE</i> PADA GENERASI Z	1
2 PENGARUH TOLERANSI RISIKO DAN REGRET AVERSION BIAS TERHADAP KEPUTUSAN INVESTASI GENERASI Z	14
3 PENGARUH GAYA HIDUP HEDONISME DAN JUMLAH PENDAPATAN TERHADAP MINAT PENGGUNA PINJAMAN ONLINE PADA GENERASI Z	31
4 PENGARUH INFLASI DAN MANAJEMEN LABA TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR DI BEI TAHUN 2020-2023	41
5 ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI BANK SWASTA DAN BANK PEMERINTAH DI KOTA PALEMBANG	55
6 PENGARUH FINANCIAL GOALS DAN LOVE OF MONEY TERHADAP PENGELOLAAN KEUANGAN PRIBADI DI KALANGAN GEN-Z	69
7 PENGARUH KEPATUHAN PAJAK TERHADAP NILAI MEREK PERUSAHAAN DENGAN PERAN MEDIASI KOMUNIKASI DIGITAL (STUDI PADA PI NIAGA, ANTAM, INDOCEMENT)	84
8 PENGARUH IKLAN DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF KONSUMEN	95
9 PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN PERSEPSI KEAMANAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN E-MONEY DI KOTA PALEMBANG	109

10	PENGARUH FAKTOR PSIKOLOGI: HERDING BEHAVIOR, OVERCONFIDENCE BIAS, DAN LOCUS OF CONTROL TERHADAP KEPUTUSAN INVESTASI	123
11	ANTESEDEN CITRA MEREK DAN ULASAN ONLINE TERHADAP MINAT BELI JINISO DI SHOPEE	138
12	PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN RISIKO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA ONLINE MELALUI APLIKASI SHOPEE	148
13	PENGARUH STABILITAS PERDAGANGAN DAN PERTUMBUHAN EKONOMI TERHADAP KEBIJAKAN TARIF IMPOR PULP OF WOOD DI INDONESIA TAHUN 2020-2022	160
14	PENGARUH HEDONIC SHOPPING MOTIVATION DAN SHOPPING LIFESTYLE TERHADAP E-IMPULSE BUYING MAHASISWI DI KOTA PALEMBANG PADA E-COMMERCE SHOPEE	172
15	DEDOLARISASI DI ERA PASCA PANDEMI: DAMPAKNYA TERHADAP INFLASI DAN SUKU BUNGA PADA NEGARA-NEGARA BRICS	197
16	PENGARUH MOTIVASI KERJA DAN KEPUASAN KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN PERBANKAN DI KOTA PALEMBANG	214
17	PENGARUH KOMPENSASI DAN PENGEMBANGAN KARIR TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA PT. PEGADAIAN (PERSERO)	227
18	PENGARUH HARGA, FITUR DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DALAM PEMBELIAN SMARTPHONE DI KOTA PALEMBANG	238
19	PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DAN GAYA HIDUP TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA DI KOTA PALEMBANG	257
20	PSIKOLOGI INVESTOR TERHADAP KEPUTUSAN INVESTASI DENGAN MODERASI DEMOGRAFI INVESTOR	272

21	PENGARUH FLASH SALE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA E-COMMERCE SHOPEE	286
22	MEDIASI EMOSI POSITIF PENGARUH LIVE STREAMING, FLASH SALE, TERHADAP IMPULSE BUYING DI TIKTOK SHOP	300
23	ANALISIS FAKTOR PSIKOLOGIS DAN PRIBADI YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN SAHAM OLEH INVESTOR MUDA DI PASAR MODAL INDONESIA	314
24	ANALISIS PENGGUNAAN QUICK RESPONSE CODE INDONESIAN STANDARD (QRIS) PADA UMKM: BERDASARKAN MODEL UTAUT	325
25	PENGARUH TINGKAT LITERASI KEUANGAN DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP MINAT INVESTASI GEN Z	338