



Jurnal

Manajemen Pemasaran

- Customer Willingness to Pay Aplikasi Musik Joox Reguler di Indonesia

Marvin Lee, Dhyah Harjanti
- Analisa Pengaruh Perceived Ease of Use dan Melalui Perceived Enjoyment Terhadap Behavior Intention pada Digital Payment

Feliana Monica, Edwin Japariato
- Entrepreneurial Marketing Start-Up Media Siber Lokal Kempalan.Com di Jawa Timur: Strategi Menuju Sustainability?

Freddy Mutiara
- Peran Mediasi Business Adaptibility Terhadap Marketing Capability dan Innovation Capability pada UKM Amplang di Samarinda

Ratih Indriyani, Alvin Kurnia
- Antecedents of Online Experience on E-Commerce Platform in Indonesia

Nony Kezia Marchyta
- Pengaruh Brand Attachment Terhadap Repurchase Intention dengan Brand Commitment Sebagai Variabel Intervening pada Customer Crunchaus Salads

Agnes Fonny, Trixie Nova Tandijaya
- Pengaruh Brand Image dan Nutrition Label Terhadap Kepuasan Pembelian Mie Instan Lemonilo: Efek Moderasi Orientasi Makanan Sehat

Priscillia Angela Gunawan, Yohanes Sondang Kunto

Jurnal Manajemen Pemasaran	Vol. 16	No. 1	Hlm. 1-56	Surabaya April 2022	p-ISSN 1907-235X e-ISSN 2597-615X
-------------------------------	---------	-------	-----------	------------------------	--------------------------------------



Jurnal Manajemen Pemasaran

Dewan Penyunting

Ketua : Prof. Dr. Hatane Samuel, M.S.

Wakil Ketua : Edwin Japariato, S.E., M.M.

Anggota : Dr. Hartono Subagio, S.E., M.M.
Dr. Michael Adiwijaya, S.E., M.A.
Diah Dharmayanti, S.E., M.Si.
Dr. Ir. Hotlan Siagian, M.Sc.

Staf Administrasi : Sumarno

Alamat Sekretariat: **Pusat Penelitian**
Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat
Universitas Kristen Petra
Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya 60236
Telp. 031-8439040, 8494830-31, psw. 3139, 3147, Fax. 031-8436418
E-mail: puslit@peter.petra.ac.id
<http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/mar>

Diterbitkan oleh : Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat
Universitas Kristen Petra – Surabaya



Jurnal Manajemen Pemasaran

DAFTAR ISI

CUSTOMER WILLINGNESS TO PAY APLIKASI MUSIK JOOX REGULER DI INDONESIA Marvin Lee, Dhyah Harjanti	1-8
ANALISA PENGARUH PERCEIVED EASE OF USE DAN MELALUI PERCEIVED ENJOYMENT TERHADAP BEHAVIOR INTENTION PADA DIGITAL PAYMENT Feliana Monica, Edwin Japariato	9-15
ENTREPRENEURIAL MARKETING START-UP MEDIA SIBER LOKAL KEMPALAN.COM DI JAWA TIMUR: STRATEGI MENUJU SUSTAINABILITY? Freddy Mutiara	16-23
PERAN MEDIASI BUSINESS ADAPTIBILITY TERHADAP MARKETING CAPABILITY DAN INNOVATION CAPABILITY PADA UKM AMPLANG DI SAMARINDA Ratih Indriyani, Alvin Kurnia	24-31
ANTECEDENTS OF ONLINE EXPERIENCE ON E-COMMERCE PLATFORM IN INDONESIA Nony Kezia Marchyta	32-36
PENGARUH BRAND ATTACHMENT TERHADAP REPURCHASE INTENTION DENGAN BRAND COMMITMENT SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA CUSTOMER CRUNCHY SALADS Agnes Fonny, Trixie Nova Tandijaya	37-47
PENGARUH BRANDN BRAND IMAGE DAN NUTRITION LABEL TERHADAP KEPUASAN PEMBELIAN MIE INSTAN LEMONILO: EFEK MODERASI ORIENTASI MAKANAN SEHAT Priscillia Angela Gunawan, Yohanes Sondang Kunto	48-56