



Jurnal Manajemen Pemasaran

Keputusan Pembelian Online Melalui Citra Merek Berdasarkan Efektivitas Iklan dengan *Epic Model* Studi pada Konsumen Traveloka.com
Annisa Een Enjelina

Pengaruh *Service Quality*, *Positive Emotional Experience*, *Customer Value*, dan *Brand Awareness* terhadap *Customer Satisfaction* dan E-WOM Wisatawan di Danau 3 Warna Kelimutu Ende NTT
Githaromansa Poetry, Verina Halim

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Perceived Value* dan Implikasinya kepada *Intention to Subscribe* serta Pengaruhnya terhadap *Social Influence* pada Aplikasi *Streaming Film Disney Plus Hotstar*
Niko Juliandhono, Margaret Pink Berlianto

Online Buying Intentions of Shopee Consumers: The Influence of Celebrity Endorsement, Social Media Marketing, and Brand Image
Muhammad Harda Dimas Firmanza, Yessy Artanti

Anteseden Niat Pembelian dalam Aplikasi *Online Food Delivery Services*: Pengembangan Model Kaur, et al. (2020)
Aloysius Haryo Nugroho, Mario Stefanus Rezky Siemaputra, Widyarso Roswinanto

Systematic Analysis of Integrated Marketing Communication Research
Reza Widhar Pahlevi, Narwanto Nurcahyo

The Effect of Social Media Content on Customer Engagement and Its Impact on Customer Intention
Naomi Miryam, Ferdi Antonio

Penerapan *Technology Acceptance Model* (TAM) terhadap Perilaku Konsumen *Mobile Banking* di Surabaya
Widya Wulandari, Edwin Japariato, Trixie Nova Bella Tandijaya

Pengaruh *Brand Association* dan *Nutrition Label* terhadap Perilaku Pasca Pembelian Cimory Yogurt: Efek Moderasi *Family Orientation*
Tania Emmanuela Mulyono, Yohanes Sondang Kunto

Shopping Enjoyment, In-Store Browsing and Impulse Buying on Sport Shoes among the Generation Y
Gerry Purnama, Widjojo Suprpto

Jurnal Manajemen Pemasaran	Vol. 16	No. 2	Hlm. 57-147	Surabaya Oktober 2022	p-ISSN 1907-235X e-ISSN 2597-615X
-------------------------------	---------	-------	-------------	--------------------------	--------------------------------------



Jurnal Manajemen Pemasaran

Dewan Penyunting

Ketua : Dr. Yohanes Sondang Kunto, S.Si., M.Sc.

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

Anggota : Prof. Dr. Hatane Samuel, S.E., M.S.
Dr. Michael Adiwijaya, S.E., M.A.
Devi Destiani Andilas, S.E., MM.Par.

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. 3147
E-mail: puslit@petra.ac.id
<https://jurnalpemasaran.petra.ac.id/>

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



Jurnal Manajemen Pemasaran

DAFTAR ISI

KEPUTUSAN PEMBELIAN <i>ONLINE</i> MELALUI CITRA MEREK BERDASARKAN EFEKTIVITAS IKLAN DENGAN EPIC MODEL STUDI PADA KONSUMEN TRAVELOKA.COM Annisa Een Enjelina	57-66
PENGARUH <i>SERVICE QUALITY</i> , <i>POSITIVE EMOTIONAL EXPERIENCE</i> , <i>CUSTOMER VALUE</i> , DAN <i>BRAND AWARENESS</i> TERHADAP <i>CUSTOMER SATISFACTION</i> DAN <i>E-WOM</i> WISATAWAN DI DANAU 3 WARNA KELIMUTU ENDE NTT Githaromansa Poetry, Verina Halim	67-76
FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI <i>PERCEIVED VALUE</i> DAN IMPLIKASINYA KEPADA <i>INTENTION TO SUBSCRIBE</i> SERTA PENGARUHNYA TERHADAP <i>SOCIAL INFLUENCE</i> PADA APLIKASI <i>STREAMING</i> FILM DISNEY PLUS HOTSTAR Niko Juliandhono, Margaret Pink Berlianto	77-86
<i>ONLINE BUYING INTENTIONS OF SHOPEE CONSUMERS: THE INFLUENCE OF CELEBRITY ENDORSEMENT, SOCIAL MEDIA MARKETING, AND BRAND IMAGE</i> Muhammad Harda Dimas Firmanza, Yessy Artanti	87-95
ANTESEDEN NIAT PEMBELIAN DALAM APLIKASI <i>ONLINE FOOD DELIVERY SERVICES</i> : PENGEMBANGAN MODEL KAUR, ET AL. (2020) Aloysius Haryo Nugroho, Mario Stefanus Rezky Siemaputra, Widyarso Roswinanto	96-103
<i>SYSTEMATIC ANALYSIS OF INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION RESEARCH</i> Reza Widhar Pahlevi, Narwanto Nurcahyo	104-114
<i>THE EFFECT OF SOCIAL MEDIA CONTENT ON CUSTOMER ENGAGEMENT AND ITS IMPACT ON CUSTOMER INTENTION</i> Naomi Miryam, Ferdi Antonio	115-125

PENERAPAN <i>TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL</i> (TAM) TERHADAP PERILAKU KONSUMEN <i>MOBILE BANKING</i> DI SURABAYA Widya Wulandari, Edwin Japariato, Trixie Nova Bella Tandijaya	126-132
PENGARUH <i>BRAND ASSOCIATION</i> DAN <i>NUTRITION LABEL</i> TERHADAP PERILAKU PASCA PEMBELIAN CIMORY YOGURT: EFEK MODERASI <i>FAMILY ORIENTATION</i> Tania Emmanuela Mulyono, Yohanes Sondang Kunto	133-139
<i>SHOPPING ENJOYMENT, IN-STORE BROWSING AND IMPULSE BUYING ON SPORT SHOES AMONG THE GENERATION Y</i> Gerry Purnama, Widjojo Suprpto	140-147