

## DAFTAR ISI

<b>EKSPLORASI PERSPEKTIF BARU: KONTRIBUSI AKUNTANSI MANAJEMEN LINGKUNGAN DALAM KINERJA BISNIS DAN PEMBANGUNAN BERKELANJUTAN</b>	1 – 17
<b>Andrianto<sup>1</sup> Muh. Nashiruddin Darajat<sup>2</sup>, Awang Firdaus<sup>3</sup></b>	
<b>MEMBANGUN KEUNGULAN KOMPETITIF YANG BERKELANJUTAN DI INDUSTRI SEKURITAS MELALUI <i>BLUE OCEAN STRATEGI</i> TERHADAP MAYBANK SEKURITAS</b>	18 – 43
<b>Diana Hartono<sup>1</sup>, Wiliam Santoso<sup>2</sup></b>	
<b>PENGARUH PENERAPAN SIMRS DAN BUDAYA ORGANISASI TERHADAP KINERJA KARYAWAN RSIA MUHAMMADIYAH PROBOLINGGO</b>	44 – 57
<b>Dyan Angesti<sup>1*</sup>, Sulistiowati<sup>2</sup>, Januar Wibowo<sup>3</sup>, Moh. Arifin<sup>4</sup></b>	
<b>DETERMINASI KUALITAS PRODUK, PENETAPAN HARGA, DAN STRATEGI PROMOSI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN</b>	58 – 71
<b>Este Fania<sup>1</sup>, Arif Zunaidi<sup>2</sup>, Islamiati Hidayah<sup>3</sup></b>	
<b>Pengaruh <i>E-service quality</i> Terhadap <i>E-customer loyalty</i> Pada Personal Shopper Dengan <i>E-customer satisfaction</i> Sebagai Variabel Intervening</b>	72 – 86
<b>David Christian Han<sup>1</sup>, Dhyah Harjanti<sup>2</sup>, Wilma Laura Sahetapy<sup>3</sup>, Nony Kezia Marchyta<sup>4</sup>, Noerchoidah<sup>5</sup></b>	
<b>PENGARUH FCF DAN KEBIJAKAN DIVIDEN PADA PEMBIAYAAN DAN UTANG PERUSAHAAN</b>	87 – 94
<b>Kusuma Wijaya<sup>1</sup>, Siti Mujanah<sup>2</sup>, Abdul Halik<sup>3</sup></b>	
<b>Manajemen Operasional <i>Checking-In</i> Terhadap Kapal Keagenan PT. Serasi Shipping Indonesia Cabang Banjarmasin</b>	95 – 102
<b>Noor Fathulliansyah<sup>1</sup>, Muhammad Ilham<sup>2</sup>, Wahyu Akbar Arisiansyah<sup>3</sup>, M.Irfan Noor<sup>4</sup></b>	
<b>PERAN INTERNAL AUDITOR DALAM MENCEGAH DAN MENDETEKSI KECURANGAN PADA ORGANISASI</b>	103 – 110
<b>Widiar Onny Kurniawan<sup>1</sup>, Intan Marzita Saidon<sup>2</sup>, Taudlikhul Afkar<sup>3</sup></b>	

<b>Revitalisasi Destinasi Wisata Bukit Kasih Kanonang melalui SWOT, TALC dan Green Accounting</b>	111 – 124
Christine P.E Porajow <sup>1</sup> , Martinus Sony Erstiawan <sup>2</sup> , Teddy Tandaju <sup>3</sup> , Siswo Martono <sup>4</sup>	
<b>FROM DIGITAL-EXPOSURE TO PURCHASE-INTENTION: MODELING CONSUMER RESPONSES THROUGH AFFECTIVE, COGNITIVE, AND BEHAVIORAL MECHANISMS</b>	125 – 143
Achmad Yanu Alif Fianto <sup>1</sup> , Slamet Riyadi <sup>2</sup> , Rudi Santoso <sup>3</sup>	
<b>Pengembangan Smart Tourism sebagai Strategi Inovatif untuk Meningkatkan Kapasitas Ekonomi Daerah di Wilayah Pesisir Jawa Timur</b>	144 – 160
Rudi Santoso <sup>1</sup>	
<b>Pengaruh Promosi Tiktok Dan <i>Electronic-Word Of Mouth</i> (E-Wom) Terhadap <i>Impulsive Buying</i> Generasi Z Pada Fore Coffee Wilayah Surabaya Dengan <i>In-Trust Influencer</i> Sebagai Variabel Moderasi</b>	161 – 168
Ken Yeye Titis Rinjani <sup>1</sup> , Widhayani Puri Setioningtyas <sup>2</sup>	
<b>Analisis <i>Journey Map</i> dengan <i>Last Mile Failure</i> dan Dampaknya Terhadap Kepatuhan Pelaporan SPT Tahunan</b>	169 – 183
Martinus Sony Erstiawan <sup>1</sup> , Siwidyah Desi Lastianti <sup>2</sup> , Yanna Eka Pratiwi <sup>3</sup> , Buyung Cahya Perdana <sup>4</sup> , Dwi Dewianawati <sup>5</sup>	