



eISSN : 2302-8912

E-JURNAL MANAJEMEN

Vol. 15 No. 6, Juni 2026





TIM PENYUNTING

Ketua Penyunting:

Ni Nyoman Ayu Diantini

Penyunting:

Anak Agung Gede Agung Artha Kusuma

Ketut Juliartini

Asisten Penyunting:

Martinus Albertian Sare Rupa

Audri Aurelia

Michelle Charmaine

Putu Jessy Blessia Yogi

Ni Putu Risky Suantari

Gilbert Maxwell Pasau Tandipayuk

Putu Ayu Purnama Sari

Tata Usaha:

Ni Ketut Sandri



PENGARUH *QUALITY OF OMNICHANNEL INTEGRATION* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* YANG DIMEDIASI OLEH *CUSTOMER SATISFACTION*

Ni Putu Ayu Dinda Astuti, Gede Bayu Rahanatha, I Gde Ketut Warmika, Luh Gede Sri Artini, I Gst. A. Kt. Gd. Suasana

621 - 638

PERAN KEPERCAYAAN KONSUMEN MEMEDIASI PENGARUH *ONLINE CUSTOMER RATING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

Hendra Wijaya, I Gede Nandya Oktora Panasea

639 - 656

PERAN KEPUASAN NASABAH DAN PENGETAHUAN HIJAU DALAM HUBUNGAN PERBANKAN HIJAU DENGAN LOYALITAS NASABAH

Kania Putri Susanto, I Made Wardana

657 - 672

PENGARUH NILAI TUKAR DAN INFLASI TERHADAP FINANCIAL DISTRESS PADA PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR DI *JAKARTA ISLAMIC INDEX (JII)*

Riska Umariah, Novi Mubyarto, Ahmad Syukron Prasaja

673 - 690

PENGARUH LIKUIDITAS, PROFITABILITAS, UKURAN PERUSAHAAN DAN LEVERAGE TERHADAP NILAI PERUSAHAAN SEKTOR PROPERTI DAN *REAL ESTATE* DI BURSA EFEK INDONESIA

Nabillaputri Widiauliannisa, Slamet Mudjijah

691 - 706

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI RETURN SAHAM PADA PT ADARO ENERGY INDONESIA TBK

Fauzan Ramli, M. Yunus, Mutiara Ramadan Efendi

707 - 726



PERAN *BRAND AWARENESS* MEMEDIASI PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING*
TERHADAP *REPURCHASE INTENTION*

Ni Komang Tyas Pratiwi, Tjokorda Gde Raka Sukawati

727 - 742