

Diterbitkan oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. Jurnal berkala Ilmiah ini fokus dalam kajian bisnis dan manajemen. Esensi: Jurnal Bisnis dan Manajemen terbit dua kali dalam satu tahun (April dan Oktober). Esensi: Jurnal Bisnis dan Manajemen telah terindeks pada Directory of Open Access Journal (DOAJ), CrossRef, SINTA, ISJD LIPI, IPI, Moraref, BASE, dll.

Pemimpin Redaksi:

Ismawati Haribowo

Redaktur:

Amilin

M. Arief Mufraini

M. Nur Rianto Al Arif

Redaksi Ahli:

Abdul Hamid	(UIN Syarif Hidayatullah Jakarta)
Ahmad Rodoni	(UIN Syarif Hidayatullah Jakarta)
Achmad Sudiro	(Universitas Brawijaya)
Bayu Taufiq Possumah	(Universiti Malaysia Trengganu)
Christantius Dwiatmadja	(Universitas Kristen Satya Wacana)
Harjum Muharam	(Universitas Diponegoro)
Murniati Mukhlisin	(STEI Tazkia)
Nurul Huda	(Universitas YARSI)
Suliyanto	(Universitas Jenderal Soedirman)
Sutan Emir Hidayat	(University College of Bahrain)
Tulus Suryanto	(IAIN Raden Intan Lampung)
Unggul Purwoheddi	(Universitas Negeri Jakarta)

Asisten Editor

Afried Lazuardi

M. Adam Camubar

Eddyarsa Alan Al Fiqri

Indra Faisal

Alamat Redaksi

Gedung Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta
Jl. Ir. H. Juanda No.95 Ciputat 15412 Telp. (021) 7493318, Fax. (021) 7496006
Email: esensi@uinjkt.ac.id, Website: <http://journal.uinjkt.ac.id/index.php/esensi>

Daftar Isi

Loyalitas Merek Pada Jasa Penerbangan: Suatu Studi Empiris	1
Kevin Susanto, Hansel Ferdinand, Revel Gunawan, Sabrina O. Sihombing	
Analisis Industri Bisnis Jasa Online Ride Sharing di Indonesia	9
Berto Mulia Wibawa, Yani Rahmawati, Mathias Rainaldo	
Pengaruh Iklan terhadap Minat Beli Pengguna Youtube dengan <i>Brand Recognition</i> sebagai Variabel Intervening	21
Herdian Rizky Yuniyanto, Hani Sirine	
Kemampuan Pemilihan Saham dan Penetapan Waktu Pada Manajer investasi Reksa Dana Saham di Indonesia	29
Tariza Putri Ramayanti, Ketu Purnamasari	
Determinan Profitabilitas Bank Umum Terdaftar di Bursa Efek Indonesia	41
Bambang Sutrisno	
Peningkatan <i>Impulse Buying</i> Mahasiswa di Semarang terhadap Produk <i>Fashion Lokal</i> melalui <i>Ethnocentrism</i>, <i>Brand Image</i> dan <i>Country of Origin (COO)</i>	49
Sri Widiyati, Saiful Khozi	
The Triangle of Sensory Marketing Model: Does it Stimulate Brand Experience and Loyalty?	57
Alex Fahrur Riza, Dwi Marlina Wijayanti	
The Impact of Total Quality Management Implementation on Small and Medium Manufacturing Companies	67
Ratna Purwita Sari, Achmad Firdaus	
Electronic Word of Mouth (E-Wom) of Transportation Application Consumers in Indonesia: Which Factors That Are Matter	79
Leonard, Ety Susilowati	
Nexus Between Working Capital Management and Sectoral Performance	89
Suman Talreja, Farhan Ahmed, Raza Ali	