

ISBN : 978-602-8557-31-3



PROSIDING

**SEMINAR NASIONAL  
& KONFERENSI**

FORUM MANAJEMEN INDONESIA (FMI) KE - 9

Penguatan Daya Saing Melalui Inovasi, Manajemen Pengetahuan, dan Jejaring



SEMARANG & KARIMUNJAWA , 8 - 10 NOVEMBER 2017



**FORUM MANAJEMEN INDONESIA  
KORWIL JAWA TENGAH**

**SEKRETARIAT :**

- Departemen Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis  
Universitas Diponegoro Gedung A Kampus FEB UNDIP  
Tembalang Semarang
- Fakultas Ekonomika dan Bisnis  
Universitas Stikubank (UNISBANK)  
Jl. Kendeng V Bendan Ngisor Semarang

ISBN : 978-602-8557-31-3



9 78 - 6 0 2 - 8 5 5 7 - 3 1 - 3



ISBN : 978-602-8557-31-3

**PROSIDING  
SEMINAR NASIONAL  
& KONFERENSI**

**FORUM MANAJEMEN INDONESIA (FMI) KE-9**

**Penguatan Daya Saing Melalui Inovasi, Manajemen Pengetahuan, dan Jejaring**

**Patra Semarang Hotel & Convention, 8 November 2017**

## **DAFTAR REVIEWER**

1. Prof. Dr. Augusty Tae Ferdinand, MBA (UNDIP)
2. Prof. Christantius Dwiatmadja, SE, ME, Ph.D (UKSW)
3. Prof. Dr. Suliyanto, MM (UNSOED)
4. Dr. Harjum Muharam, SE, M.Si (UNDIP)
5. Dr. Mutamimah, M.Si (UNISSULA)
6. Dr. Bambang Sudiyatno, M.M. (UNISBANK)
7. Dr. Euis Soliha, SE, M.Si (UNISBANK)
8. Dr. Berta Bekti Retnawati, SE,MS (UNIKA)
9. Olivia Fachrunnisa, Ph.D (UNISSULA)
10. Dr. Sih Darmi Astuti, M.Si (UDINUS)
11. Dra. Amie Kusumawardhani, M.Sc., Ph.D (UNDIP)
12. Dr. Alimuddin Rizal Rivai, M.M. (UNISBANK)
13. Dr. Budhi Cahyono, SE, MSi (UNISSULA)
14. Dr. Tri Purwani, M.M ( UNAKI )

## **KATA PENGANTAR**

Alhamdulillahirabbil'amin. Puji syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga acara Seminar Nasional dan Konferensi FMI Ke-9 dapat terselenggara. Seminar Nasional dan Konferensi Ke-9 ini diselenggarakan oleh FMI Korwil Jawa Tengah bekerjasama dengan Co Host 16 Institusi: UNDIP, UNISBANK, UKSW, UNISSULA, USM, UNNES, UNAKI, UDINUS, UNSOED, STIE BANK BPD, UNIKA Soegijapranata, UNTAG Semarang, UNIKAL, Universitas Flores, Universitas Mahendradatta Bali.

Adapun peserta Konferensi sebanyak 371 artikel yang ditulis oleh para akademisi maupun praktisi dari berbagai daerah. Jumlah Institusi yang mengikuti Konferensi ini sebanyak 128 Institusi dari seluruh wilayah Indonesia.

Akhir kata kami mengucapkan terima kasih kepada semua pihak dan seluruh rekan-rekan panitia yang telah menyiapkan segala sesuatunya hingga acara ini terselenggara. Terimakasih pula kepada Narasumber pada acara Seminar maupun pada peserta Konferensi yang telah mengirimkan naskah ilmiahnya untuk kegiatan ini.

Semarang, 8 November 2017

Panitia

**SAMBUTAN KETUA PANITIA/  
KETUA FMI KOORDINATOR WILAYAH JAWA TENGAH**

Assalamualaikum Warohmatullahiwabarokatuh,

Salam sejahtera bagi kita semua,

Selamat datang di Acara FMI KE-9 Semarang - Jawa Tengah.

Pertama-tama, mari kita panjatkan Puji Syukur Kehadirat Illahi Rabbi Alloh SWT, berkat ridho, rahmat dan hidayahnya maka kegiatan Seminar Nasional dan Konferensi FMI ke-9 di Semarang Jawa Tengah dapat terlaksana dengan baik. Proses perjalanan penyelenggaraan acara ini banyak aral dan rintangannya, namun karena kerjasama yang baik dan solid dari seluruh panitia dan pihak-pihak lain yang membantu serta Pertolongan Yang maha Kuasa akhirnya semua terlewati. Untuk itu selaku Ketua panitia, maupun Koordinator FMI Wilayah Jateng, saya mengucapkan terimakasih kepada :

1. Seluruh Dekan FEB yang telah menjadi CO-Host dalam penyelenggaraan acara ini (UNDIP, UNISBANK, UNAKI, UNNES, UNISSULA, UNIKA Soegiyapranata, UDINUS, UNTAG Semarang, UNIKAL Pekalongan, UNSOED Purwokerto, Universitas Semarang, STIE BPD Semarang, UKSW Salatiga, Pascasarjana UNISBANK, Universitas Flores, Universitas Mahendradatta Bali).
2. Gubernur Jawa Tengah, Bupati Jepara dan Camat Karimunjawa beserta jajarannya atas bantuan dan kerjasama dalam penyelenggaraan acara ini.
3. Seluruh Bapak/Ibu dari pelosok negeri Indonesia yang telah sudi mengirimkan artikelnya dalam acara ini.

Tema Seminar dan *Konferensi* FMI ke 9 ini adalah “Penguatan Daya Saing melalui Inovasi, Manajemen Pengetahuan dan Jejaring”. Pemilihan tema tersebut sebagai salah satu bentuk aktualisasi dari FMI untuk berupaya mencari solusi penguatan daya saing pebisnis, melalui berbagai kemampuan berinovasi berbasis pengetahuan dan jejaring yang luas dan kuat, baik berupa konsepsi maupun implementasi langsung ke masyarakat. Oleh karenanya acara ini dibagi dalam dua bentuk kegiatan, yaitu:

1. Tanggal 8 November 2017 (8.00 s.d 22.00 WIB) di Hotel Patra Semarang, Seminar dan Konferensi serta Pelatihan Penulisan Karya ilmiah/Jurnal Internasional bereputasi.
2. Tanggal 9 dan 10 November 2017, Pengabdian Masyarakat dengan mengikut sertakan Pengusaha UMKM sebagai Mitra latih dalam implementasi Ilmu Manajemen secara Praktis. Bertempat di Pulau Karimunjawa Kabupaten Jepara.

Pada kesempatan ini pula, kami mengucapkan terimakasih kepada Pengurus Pusat FMI dan seluruh rekan-rekan pengurus FMI Korwil yang telah mendukung kami untuk menjadi tuan rumah pada kesempatan kali ini. Kami juga menghaturkan permohonan maaf yang sedalam-dalamnya jika ada salah kata dan laku kami serta kekurangan atas penyelenggaraan Seminar dan Konferensi FMI ke-9 ini.

Besar harapan kami, kita akan berjumpa pada FMI ke-10 di wilayah Nusantara yang lain, Jayalah FMI, Jayalah Bangsa Indonesia.

Ketua Panitia FMI ke-9/Ketua Korwil Jawa Tengah



Dr. Harjum Muharram, S.E., M.E.

**DAFTAR INSTITUSI**  
**PESERTA SEMINAR NASIONAL & KONFERENSI FMI KE-9**

1. Universitas Diponegoro
2. Universitas Stikubank
3. Universitas Kristen Satya Wacana
4. Universitas Islam Sultan Agung
5. Universitas Semarang
6. Universitas Negeri Semarang
7. Universitas AKI
8. Universitas Dian Nuswantoro
9. Universitas Jenderal Soedirman
10. Universitas Katholik Soegijapranata
11. STIE Bank BPD
12. Universitas 17 Agustus Semarang
13. Universitas Pekalongan
14. Universitas Mahendradatta Bali
15. Universitas Flores
16. Unkris Jakarta
17. Universitas Muhammadiyah Sidoarjo
18. Universitas Islam Malang
19. Universitas Lampung
20. STEI Jakarta
21. Universitas Halu Oleo
22. Universitas Sebelas Maret
23. Universitas Islam Indonesia
24. Universitas Kristen Maranatha
25. Institut Bisnis Nusantara Jakarta
26. STIE Ekuitas Bandung
27. STIE YKPN Yogyakarta
28. Universitas Udayana
29. Universitas Gajayana Malang

30. Universitas Persada Indonesia Y.A.I. Jakarta
31. Universitas Sanata Dharma Yogyakarta
32. UPN Veteran Yogyakarta
33. STIE Indonesia Banking School
34. Universitas Komputer Indonesia Bandung
35. Universitas Merdeka Malang
36. Universitas Telkom
37. Universitas Serang Raya
38. UPN Veteran Jawa Timur
39. Universitas Islam Malang
40. Politeknik Negeri Malang
41. Politeknik APP Jakarta
42. Universitas Katolik Musi Charitas Palembang
43. Universitas Pakuan
44. Universitas Mulawarman Samarinda
45. Universitas Tarumanegara
46. Universitas Alma Ata Yogyakarta
47. Universitas Darussalam Gontor
48. Universitas Mercubuana Jakarta
49. Universitas Negeri Surabaya
50. Universitas Sumatera Utara
51. UMN Alwasliyah
52. Politeknik APP Jakarta
53. Universitas Binadarma Palembang
54. Universitas Internasional Semen Indonesia
55. STIE Trisakti
56. Universitas Bangka Belitung
57. Politeknik Ubaya Surabaya
58. Universitas Raden Intan Lampung
59. Universitas Yapis Papua
60. Universitas Padjadjaran
61. Universitas Islam Kalimantan
62. STIMI Banjarmasin

63. Universitas BINUS
64. STIE Indonesia
65. Universitas Balikpapan
66. Universitas Muhammadiyah Purworejo
67. Institut Teknologi Sepuluh Nopember
68. Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Nitro Makassar
69. Universitas Widyatama
70. Universitas Muhammadiyah Gresik
71. Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya
72. Universitas Esa Unggul Jakarta
73. Universitas Jember
74. Universitas Ibn Khaldun Bogor
75. Universitas Jambi
76. Universitas Katolik Parahyangan
77. University Tangerang
78. Universitas Tadulako
79. Universitas Pancasila Jakarta
80. Universitas Kristen Duta Wacana
81. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Surabaya
82. Badan Pengembangan Sumber Daya Manusia ESDM-KESDM
83. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
84. Universitas Muhammadiyah Metro
85. Universitas Muslim Indonesia Makassar
86. Universitas Sintuwu Maroso Poso
87. Universitas Airlangga
88. Perbanas Institute
89. Universitas Teknologi Yogyakarta
90. Politeknik Sendawar
91. UNIBA Surakarta
92. Unika Widya Mandala Surabaya
93. Universitas Papua
94. Universitas Kristen Petra
95. Universitas Nusantara PGRI Kediri



96. Universitas Jenderal Achmad Yani
97. Universitas Multimedia Nusantara
98. Sekolah Tinggi Manajemen PPM Jakarta
99. Universitas Garut
100. Universitas Bosowa
101. Universitas Sangga Buana YPKP
102. Universitas Ngurah Rai Bali
103. Universitas Sriwijaya
104. Universitas Dhyana Pura Badung Bali
105. Universitas Tanjungpura
106. Politeknik PalComTech
107. Universitas Surabaya
108. Universitas Wijaya Putra
109. Universitas Kristen Krida Wacana Jakarta
110. Universitas Sahid Jakarta
111. Universitas Gadjah Mada
112. Universitas Islam Batik Surakarta
113. IAIN Institute Surakarta
114. Universitas Pendidikan Indonesia
115. Universitas Negeri Medan
116. Universitas Islam Sumatera Utara
117. Institut Teknologi dan Bisnis Kalbis
118. Universitas Bangka Belitung
119. STMIK Raharja Jakarta
120. Politeknik Pos Indonesia
121. Universitas Bina Darma
122. Universitas Palembang
123. Universitas Andalas
124. Universitas Terbuka
125. UNDARIS Ungaran
126. STIE Widya Wiwaha Yogyakarta
127. Universitas Jambi
128. STIE AMA Salatiga

## DAFTAR ISI

Daftar Reviewer .....	iii
Kata pengantar .....	iii
Sambutan Ketua Panitia/Ketua FMI Korwil Jateng.....	iv
Daftar Institusi Peserta Seminar dan Konferensi FMI ke-9.....	v
Daftar Isi .....	vi

NO.ID	JUDUL	PENULIS	HLM
1	PENGARUH VARIABEL EKONOMI MAKRO DAN KEUANGAN TERHADAP RISIKO SISTEMATIS INDUSTRI PERTANIAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA	Akhmad sodikin Ella Siti Chaeriyah Devi Kristian	1
2	ANALISA DAMPAK EKONOMI, SOSIAL, LINGKUNGAN TERHADAP PENGEMBANGAN OBJEK WISATA BANYU BIRU DI DESA SUMBEREJO, WINONG, PASURUAN JATIM	As'at Rizal Sumartik Zulfikar M.R	2
3	MODEL PENDAMPINGAN EKONOMI KREATIF PARIWISATA SECARA INTEGRATIF UNTUK MENINGKATKAN KEPATUHAN WAJIB PAJAK	Jeni Susyanti	3
4	ANALISIS FAKTOR KUALITAS DESTINASI WISATA, KEPUASAN WISATAWAN DAN PENGARUHNYA TERHADAP LOYALITAS WISATAWAN (Studi Penelitian Pada World's Best Halal Destination, West Sumatera, Indonesia)	Dorothy Rouly Haratua Pandjaitan	4
5	PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN (Studi kasus Supermarket Super Indo Pulomas, Jakarta Timur)	Imelda Aprileny Eko Sutrisno	5
6	PENGEMBANGAN MODEL RANTAI NILAI INDUSTRI MINYAK KAKAO UNTUK MENINGKATKAN NILAI TAMBAH BERKELANJUTAN	Sudirman Zaid Dedy Takdir Syaefuddin Halim	6
7	ANALISIS FINANCIAL DISTRESS DENGAN ACCOUNTING RATIO DAN FORECASTING BANKRUPCY TERHADAP PERUSAHAAN PERBANKAN GO PUBLIC DI INDONESIA (Studi Empiris : Perusahaan Perbankan Go Public Bursa Efek Indonesia tahun 2010 - 2014)	Rihardhiy Nariswari Putri Djuminah	7
8	PENGARUH FAKTOR KEPERIBADIAN DAN PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN TERHADAP INTENSI BERWIRAUSAHA PADA MAHASISWA D3 EKONOMI FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA	Maisaroh Arief Darmawan	8
9	PENGARUH MODAL INTELEKTUAL TERHADAP PROFITABILITAS PERUSAHAAN DALAM MENGHADAPI ERA PERSAINGAN BEBAS	Rosemarie Sutjiati Njotoprajitno	9
10	KETERKAITAN KEPUTUSAN INVESTASI, KEPUTUSAN PENDANAAN DAN KEBIJAKAN DIVIDEN PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR DI INDONESIA	Triasesiarta Nur	10
11	ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT BELI TIKET PESAWAT TERBANG SECARA ONLINE (E-TICKETING) DI INDONESIA	Asmai Ishak Anas Hidayat Alldila N. A. Setyaning	11
12	SOCIAL ENTREPRENEURSHIP DAN EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP CORPORATE IMAGE PADA WARUNG KOPI KIWARI BANDUNG	Mohamad Hadi Prasetyo Aep Saepudin	12
13	PENGARUH STORE ENVIRONMENT TERHADAP PURCHASE INTENTION DAN POSITIVE EMOTION (Studi Kasus Untuk Konsumen Hypermarket di Yogyakarta)	Lisa Astuti Miswanto	13
14	PERAN MAINTENANCE DAN QUALITY CONTROL PADA KUALITAS PRODUK KERAJINAN KAYU DI KECAMATAN TEGALALANG GIANYAR	Ni Ketut Purnawati Ni Ketut Seminari Kastawan Mandala	14

NO.ID	JUDUL	PENULIS	HLM
15	PENGARUH KOMPENSASI TERHADAP KEPUASAN KERJA DAN COUNTERPRODUCTIVE WORK BEHAVIOUR: SEBUAH STUDI PADA ORGANISASI PUBLIK DI BALI	Ni komang Ayu Widiani Agoes Ganesha Rahyuda	15
16	PENGARUH LIKUIDITAS DAN LEVERAGE TERHADAP KEPUTUSAN HEDGING PADA PERUSAHAAN FOOD AND BEVERAGE DI BEI	Putu Ayu Winda Diatmini Ni Putu Santi Suryantini	16
18	STRES KERJA DAN KOMITMEN ORGANISASIONAL KARYAWAN: STUDI KOMPARASI ANTARA KARYAWAN TETAP DAN KARYAWAN TIDAK TETAP	M Ryno Yanuar Daeng Ayu Desi Indrawati	18
19	ANALISIS PENGARUH KEPEMIMPINAN, KOMUNIKASI, DAN SISTEM KONTROL TERHADAP KINERJA ORGANISASI MELALUI PERILAKU PELAYANAN	Wiliarisa Prita Purwanti Dyah Sawitri Kohar Adi Setia	19
20	PENGARUH WORK -FAMILY CONFLICT, JOB INSECURITY, SERTA ORGANIZATIONAL JUSTICE TERHADAP BURNOUT PADA OUTSOURCING	Putu Shita Laksmi Putri I Made Artha Wibawa	20
21	PENGARUH KOMITMEN ORGANISASI DAN KESEIMBANGAN KEHIDUPAN KERJA TERHADAP KEPUASAN KERJA SERTA IMPLIKASINYA TERHADAP PERILAKU KEWARGANEGARAAN ORGANISASI PADA TENAGA AMINISTRASI DI LINGKUNGAN PTS TERAKREDITASI DI WILAYAH JAKARTA PUSAT.	Rahayu Endang Suryani	21
22	PERBANDINGAN SIKLUS KONVERSI KAS ANTARA PERUSAHAAN KECIL DAN BESAR	Lukas Purwoto Caecilia Wahyu Estining	22
23	PENERAPAN GOOD CORPORATE GOVERNANCE DAN MANAJEMEN LABA	Wisnu P. Setiyono Reni Meisaroh	23
24	ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI REPUTASI PERUSAHAAN RITEL DI INDONESIA	Anas Hidayat Sri Rejeki Ekasasi Siti Mahdaria	24
25	ANALISIS PLACE BRANDING TERHADAP KEPUTUSAN MENGUNJUNGI DESTINASI WISATA	Fitri Lestari	25
26	INTENTION TO QUIT DAN UPAYA UNTUK MENGANTISIPASINYA	Hastho Joko Nur Utomo Sadeli	26
27	ANALISIS TINGKAT LITERASI KEUANGAN PERSONAL BERDASARKAN FAKTOR-FAKTOR DEMOGRAFI SERTA PENGARUHNYA TERHADAP PERILAKU KEUANGAN MAHASISWA STIE INDONESIA BANKING SCHOOL DI JAKARTA	Ossi Ferli Tinjung Desy Nursanti	27
28	PROFIL PASAR WISATAWAN NUSANTARA DI KABUPATEN GUNUNGKIDUL YOGYAKARTA	Sigit Haryono Lukmono Hadi	28
29	MEMBANGUN LOYALITAS MEREK MELALUI CUSTOMER ENGAGEMENT DI MEDIA SOSIAL	Ni Made Purnami I Nyoman Nurcaya	29
30	PENGARUH NET PROFIT MARGIN (NPM) DAN RETURN ON ASSETS (ROA) TERHADAP PRICE TO BOOK VALUE (PBV) PADA PERUSAHAAN SUB SEKTOR TELEKOMUNIKASI DI BEI TAHUN 2016	Herlinda Maya Kumala Sari Cindy Cahyaning Astuti	30
31	ANALISIS SISTEM PELAYANAN STASIUN PENGISIAN BAHAN BAKAR UMUM (SPBU) DIPATI UKUR BANDUNG	Agus Riyanto	31
32	MENINGKATKAN DAYA SAING MELALUI DEMAND CHAIN MANAGEMENT	Kurnia Isnwardiati Pudjo Sugito	32
33	KETERKAITAN <i>DILIVER &amp; FULFILL CUSTOMER VALUE</i> DENGAN BUSINESS SUCCESS	Erna Setijani Sumartono	33
34	KAJIAN PENILAIAN DAN PENGELOLAAN RISIKO PADA USAHA SAYUR KREATIF PAPRIKA DI DESA PASIR LANGU, BANDUNG BARAT	Mirza Hedismarlina Yuneline Gatot Iwan Kurniawan	34
36	DIMENSI-DIMENSI ORGANIZATIONAL CITIZENSHIP BEHAVIOR (OCB)	Bernadeta Irmawati	35

NO.ID	JUDUL	PENULIS	HLM
	KARYAWAN:PERSPEKTIF MANAJEMEN DAN AGEN ASURANSI DI JAWA TENGAH	Berta Bekti Retnawati	
37	PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH PADA SOCIAL MEDIA INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN WHAT'S UP CAFE BURANGRANG BANDUNG	Iffatul Habibah Ai Lili Yuliati	36
38	ANALISIS TURNOVER INTENTION KARYAWAN GENERASI Y DI PROVINSI BANTEN SERTA FAKTOR YANG MEMPENGARUHINYA	Nafiuddin	37
39	BRAND TRUST PADA BRAND LOYALTY JASA PENERBANGAN	Nuruni Ika Kusuma W Mei Retno Adiwaty	38
40	PENGARUH MANAJEMEN LABA TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN DENGAN KUALITAS AUDIT DAN UKURAN PERUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL PEMODERASI	Aprih Santoso Rahmatya Widyaswati	39
41	PERTUMBUHAN MASYARAKAT KELAS MENENGAH INDONESIA: PELUANG DAN TENTANGAN BAGI UKM	Nurhajati	40
42	AKSELERASI PENINGKATAN KINERJA INDUSTRI KREATIF MELALUI PERAN HUMAN CAPITAL DAN CUSTOMER CAPITAL	Gendut Sukarno Kustini	41
43	ANALISIS APBD KABUPATEN / KOTA JAWA TIMUR	Aang Afandi Andi Kusuma Indrawan Basuki Rachmat	42
44	ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN ATAS KUALITAS PELAYANAN PT. TUNAS ARMINDO WISATA	Afrizal Dwi Prasetyo Nalal Muna	43
45	PENGARUH PEMBERDAYAAN KARYAWAN DAN LOCUS OF CONTROL TERHADAP KINERJA KARYAWAN	Ega Leovani	44
46	ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG BERPENGARUH PADA NILAI PERUSAHAAN (STUDI KASUS PADA PERUSAHAAN PERBANKAN)	Kartika Dewi Sri Susilowati	45
47	DETERMINAN STRUKTUR MODAL DAN KEPEMILIKAN ASING PADA PERUSAHAAN INFRASTRUKTUR DI BURSA EFEK INDONESIA	Yudhia Mulya Edhi Asmirantho	46
48	DAMPAK KREDIT DAN MAKROEKONOMI TERHADAP STABILITAS BANK PEMBANGUNAN DAERAH DI INDONESIA	Michael Hadjaat Rizky Yudaruddin	47
49	ANALISIS SWOT PADA PERGURUAN TINGGI SWASTA DI INDONESIA DALAM MERUMUSKAN STRATEGI PENGUATAN DAYA SAING	Imelda Junita	48
50	PENYUSUNAN PETA JALAN PENELITIAN MANAJEMEN RANTAI PASOK	Sherlywati	49
51	PENGARUH SERVICE EXPERIENCE PADA BRAND ATTITUDE: KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI	Rully Arlan Tjahyadi	50
52	THE EFFECT OF JOB SATISFACTION AND MULTIDIMENSIONAL COMMITMENT ON SERVICE QUALITY OF CUSTOMER-CONTACT EMPLOYEE	Yunita Christy Rully Arlan Tjahyadi	51
53	LONG TERM RELATIONSHIP AMONG THE ASIAN'S STOCK MARKET & JAKARTA COMPOSITE INDICES	Alvinatta Santoso Ignatius Roni Setyawan	52
54	ANALISIS LEVERAGE SEBAGAI MEDIASI PENGARUH MANAGERIAL OWNERSHIP DAN INVESTMENT OPPORTUNITY SET TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (STUDI PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR DI BURSA EFEK INDONESIA)	Sugeng Sulistiono Yusna	53
55	STRATEGI PENGUATAN DAYA SAING USAHA KECIL DAN MENENGAH (UKM) SONGKET MENGHADAPI ASEAN ECONOMIC COMMUNITY (AEC)	Putri Anggreni Ni Wayan Suartini	54
56	ANALYSIS KECERDASAN KARYAWAN DAN DAMPAKNYA PADA KINERJA DENGAN KEPUASAN KERJA SEBAGAI VARIABEL MODERASI	Martaleni Wellington	55

NO.ID	JUDUL	PENULIS	HLM
57	THE USE OF NINE BUILDING BLOCKS OF BUSINESS MODEL CANVAS TO DETERMINE BUSINESS MODEL OF BRASS INSTRUMENT REPARATION BUSINESS	Rico Saktiawan Jang Jaya	56
58	IDENTIFIKASI POTENSI PERTUMBUHAN EKONOMI DENGAN PENDEKATAN MULTIPLIER EFFECT (STUDI KASUS DI SURABAYA, INDONESIA)	Yuniningsih	57
59	ANALISIS SIMULTAN STRUKTUR KEPEMILIKAN, LEVERAGE, DAN KEBIJAKAN DIVIDEN SEBAGAI MEKANISME KONTROL AGENCY PROBLEM	Silvia Waning Hiyun Puspita Sari	58
60	PENGEMBANGAN MODEL REKRUTMEN DAN SELEKSI KARYAWAN PADA SPIRITUAL COMPANY (STUDI KASUS PADA MANGROVE GRAFIKA YOGYAKARTA)	Yayan Firmansah Fajar Surya Ari Anggara Ely Windarti Hastuti	59
61	ENGAGEMENT KARYAWAN SEBAGAI PEMEDIASI PENGARUH COPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DAN REPUTASI PERUSAHAAN TERHADAP PHSYCHOLOGICAL WELLNESS KARYAWAN	Anik Herminingsih	60
62	PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN DAN PROFITABILITAS MELALUI STRUKTUR MODAL TERHADAP NILAI PERUSAHAAN	Fatina Rofika Ersya Musdholifah	61
63	PENGARUH SOCIAL MEDIA, WORD OF MOUTH DAN SERVICESCAPE TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KE TAMAN WISATA ALAM SIBIO-BIO (AEK SABAON) DI KABUPATEN TAPANULI SELATAN	Syafrizal Helmi Situmorang Hardi Mulyono Syakina Reza Harahap	62
64	PENGELOLAAN HUBUNGAN DENGAN PELANGGAN (CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT) GUNA OPTIMALISASI PENJUALAN (Studi Kasus pada PT BBG)	Meilisa Puspitasari Fajria Fatmasari	63
65	INTELLECTUAL CAPITAL TERHADAP KINERJA KEUANGAN DAERAH DAN PREDIKSI KINERJA KEUANGAN DI SUMATERA UTARA	Isfenti Sadalia Corlina Fince Santalian Novi Andrani Butar-Butar	64
66	KUALITAS INTERAKSI DAN KEPRIMAAN KINERJA DALAM PEMASARAN RELASIONAL: PERAN KEPERCAYAAN SEBAGAI KEY MEDIATING VARIABLE	Allen Kristiawan Rully Arlan Tjahyadi	65
67	MENSINERGIKAN ANTARA PERAN PEMERINTAH DAERAH TERHADAP PEMBERDAYAAN BUDAYA LOKAL KERAJINAN SONGKET PALEMBANG	Kristina Sedyastuti Emi Suwarni Deny Erlansyah	66
69	PENGUNGKAPAN PROGRAM CSR DAN DAMPAKNYA TERHADAP KINERJA KEUANGAN DAN HARGA SAHAM	Marisya Mahdia Khoirina Ana Khusnul Awaliyah	67
70	CORPORATE GOVERNANCE, STRUKTUR MODAL, LEVERAGE DAN KINERJA KEUANGAN : STUDI PADA PERUSAHAAN PERTAMBANGAN DI INDONESIA	Abdul Azis Ulil Hartono	68
71	PENGARUH PENGEMBANGAN KARIR TERHADAP KOMITMEN KARIR KARYAWAN MELALUI KOMPENSASI FINANSIAL DAN PELATIHAN DAN PENGEMBANGAN KARYAWAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi pada Bank Syariah di Kecamatan Sidoarjo dalam meningkatkan kinerja UMKM di Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur, Indonesia)	Rizky Eka Febriansah	69
72	MODEL PENENTU MARKET PRICE OF SHARE PADA SEKTOR MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BEI	Tita Deitiana Renata Chriselda	70
73	MANAGING GLOBAL TALENTS IN FACING VUCA THROUGH WISDOMS, INNOVATIONS, AND NETWORKS	Fajar Surya Ari Anggara	71
74	MENINGKATAN KEUNGGULAN KOMPETITIF UMKM MELALUI KAPASITAS INOVASI DI ERA MEA DENGAN PERSPEKTIF GENDER	Maya Yusnita Nanang Wahyudin	72
75	ANALISIS DETERMINAN YANG MEMPENGARUHI KUALITAS LABA	Heni Kusumawati	73

NO.ID	JUDUL	PENULIS	HLM
	STUDI PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR DI BURSA EFEK INDONESIA (Periode 2012 – 2016)	Shita Lusi Wardhani	
76	HEALTH AND WELLNESS TOURISM IN INDONESIA: PROSPECTS AND CHALLENGES	Leonardi Lucky Kurniawan	74
77	PERANAN SEORANG BRAND AMBASSADOR: BAGAIMANA ARTIS LAUDYA CHINTYA BELLA MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ZOYA BAGI KONSUMEN DI KOTA BANDUNG?	Cut Irna Setiawati Mohammad Syaifie Tanjung	75
78	OPTIMIZATION HUMAN RESOURCE MANAGEMENT OF EMPLOYEE AT SHARIA BANKING INDUSTRY	Deki Fermansyah Khusnul Khotimah	76
79	KAJIAN KOMPETENSI DAN BEBAN KERJA APARATUR KEWILAYAHAN (KECAMATAN) KOTA BANDUNG	Joeliaty	77
80	KEPEMIMPINAN DAPAT MENINGKATKAN KOMITMEN ORGANISASIONAL MELALUI PEMBERDAYAAN KERJA	Rahmi Widyanti	78
81	MEDIASI KUALITAS PELAYANAN DALAM MEMPENGARUHI PRAKTIK SUMBERDAYA MANUSIA STRATEGIK TERHADAP KINERJA ORGANISASI: SUATU STUDI PADA RUMAH SAKIT	Basuki	79
82	PROGRAM PENGEMBANGAN SDM DALAM MENDUKUNG PENINGKATAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT JAWA BARAT	Hilmiana Imas Soemaryani	80
83	FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT MAHASISWA UNTUK MENJADI WIRAUSAHA (Studi Kasus: Mahasiswa School of Business Management Peminatan Entrepreneur)	Enggal Sriwardiningsih Dian Kurnianingrum Sari Minjarni Damayanti	81
84	AGUNAN YANG DIAMBIL ALIH (AYDA) UNTUK MENURUNKAN KREDIT MACET PADA BPR KONVENSIONAL DI SIDOARJO	Sumartik Misti Hariasih	82
85	MODEL MANAJEMEN PERUBAHAN BERBASIS TIGA PILAR SKKo	Imas Soemaryani	83
86	KOMPETENSI KARYAWAN DAN KOMITMEN AFEKTIF DALAM UPAYA MENINGKATKAN LOYALITAS KARYAWAN DI BPR KOTA CIMAH I DAN KABUPATEN BANDUNG (Survei Karyawan BPR Kota Cimahi dan BPR Kabupaten Bandung)	Yudi Wahyudin Suwandi Imas Komariyah	84
87	ANALISIS PENGARUH FAKTOR FUNDAMENTAL TERHADAP RETURN SAHAM (Studi pada Perusahaan Real Estate dan Property yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2015)	Witjaksono Eko H Marwati Endah Lestari	85
88	ANALISA FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI WAJIB PAJAK (KLIEN) PINDAH KONSULTAN PADA KANTOR KONSULTAN PAJAK	Kasno	86
89	KAJIAN TERHADAP PENGELOLAAN PERSEDIAAN BAHAN MENTAH KETELA DITINJAU DARI ASPEK BIAYA PADA UKM SEKTOR INDUSTRI MAKANAN BERBASIS KETELA DI KABUPATEN SEMARANG DAN SEKITARNYA	B. Yunianto Wibowo Widuri Kurniasari Ign.Supriyanto	87
90	PERHITUNGAN ESTIMASI BIAYA PENGELOLAAN SAMPAH DI KOTA BANDUNG	Ratna Komara	88
91	PENGARUH BUDAYA ORGANISASI DAN LINGKUNGAN KERJA TERHADAP MOTIVASI KERJA (Studi Kasus Pada Karyawan Century21 Kuningan Jakarta)	Diah Pranitasari Lilik Trianah Muhammad Taufik	89
93	EDUKASI PERENCANAAN KEUANGAN TERHADAP PERUBAHAN PERILAKU MAHASISWA MENGELOLA KEUANGAN	Maya Malinda	90
94	PEMBERDAYAAN HOME INDUSTRY GULA MERAH DI DESA LUWENG LOR KECAMATAN PITURUH MELALUI IMPLEMENTASI KEWIRAUSAHAAN BERBASIS MANAJEMEN UNTUK MENINGKATKAN PRODUKTIFITAS DAN KESEJAHTERAAN PELAKUNYA	Murry Harmawan Saputra Ridwan Baraba Endah Pri Ariningsih	91

NO.ID	JUDUL	PENULIS	HLM
95	PERBAIKAN DAN PENINGKATAN PRODUKSI DENGAN PENERAPAN LEAN SIX SIGMA	Harisupriyanto	92
96	PENGARUH NET PROFIT MARGIN (NPM), EARNING PER SHARE (EPS) DAN MARKET VALUE ADDED (MVA) TERHADAP RETURN SAHAM PADA SUB-SEKTOR PERTAMBANGAN BATU BARA TAHUN 2011 – 2015	Yuhasril Nickyta Febriana Sari	93
97	PENGARUH SELF SERVICE TECHNOLOGY (ISST) TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS : DENGAN MEDIASI RELATIONAL BENEFITS DI INDUSTRY GAMELAN SURAKARTA	Yohan Wismantoro Y. Tyas Catur Pramudi Karis Widiatmoko	94
98	NILAI RELIGIUSITAS TERKAIT BUDAYA DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PADA SUKU BUGIS DI KOTA MAKASSAR SULAWESI SELATAN	Kasnaeny K	95
99	MINAT UNTUK MENGGUNAKAN GO-PAY PADA LAYANAN GO-RIDE	Muhammad Iqbal Mubarak I Made Bayu Dirgantara	96
100	SENSITIVITAS PASAR MODAL INDONESIA TERHADAP BERBAGAI PERISTIWA POLITIK INTERNAL	Sriyono Sriyono Sugiyanto	97
101	PENGARUH BRAND IMAGE DAN E – SERVICE QUALITY TERHADAP PROSES KEPUTUSAN UNTUK MEMBELI PRODUK PADA ALFACART.COM	Riski Taufik Hidayah Eristy Minda Utami	98
103	PERANAN ORGANIZATIONAL CULTURE ASSESSMENT INSTRUMENT DALAM MENILAI BUDAYA ORGANISASI DI FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS KRISTEN MARANATHA	Surya Setyawan	99
104	STRATEGI AGROINDUSTRI BIOETANOL BERBAHAN BAKU UBI KAYU DI PROVINSI LAMPUNG	Rr. Erlina	100
105	PENGARUH KECERDASAN EMOSIONAL, LOCUS OF CONTROL, DAN SELF EFFICACY TERHADAP INTENSI BERWIRSAUSAHA PESERTA PELATIHAN WIRSAUSAHA MUDA TAHUN 2015 DEPUTI BIDANG PENGEMBANGAN SUMBERDAYA MANUSIA KEMENTERIAN KOPERASI DAN USAHA KECIL MENENGAH (UKM) REPUBLIK INDONESIA	Mochamad Soelton Ibrahim Tati Nugrahati S Laila Fazriyanti	101
106	FAKTOR YANG MEMPENGARUHI AFTERMARKET LIQUIDITY PASCA IPO DI BURSA EFEK INDONESIA	Reza Widhar Pahlevi	102
107	ANALISIS BI RATE DAN BAGI HASIL TERHADAP PERTUMBUHAN PRODUK DEPOSITO MUDHARABAH PERBANKAN SYARIAH DI INDONESIA	Dede Ropik Yunus Yunia Mulyani Azis	103
109	PENGARUH FAKTOR EKONOMI MARKO DAN INDEKS NIKKEI 225, INDEKS DOW JONES TERHADAP INDEKS HARGA SAHAM GABUNGAN DI BURSA EFEK INDONESIA	Maryam Nadir	104
110	PENGARUH KARAKTERISTIK WEBSITE (KENYAMANAN BELANJA, DESAIN SITUS DAN KEAMANAN) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE (Studi Kasus pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Malang)	Triesti Candrawati	105
111	ORGANIZATIONAL CITIZENSHIP BEHAVIOR FOR THE ENVIRONMENT (OCB-E) KARYAWAN PERUSAHAAN PERBANKAN DI SEMARANG	Lucia Haripatworo Bernadeta Irmawati	106
112	ANALISIS STANDAR KEBUTUHAN PERSONIL SATUAN KERJA PERANGKAT DAERAH STUDI PADA KABUPATEN KUTAI TIMUR	Ariesta Heksarini Saida Zainurossalamia Za	107
113	ANALISIS MINIMASI WASTE MELALUI PENDEKATAN LEAN MANUFACTURING PADA PROSES PRODUKSI PABRIK AMDK K3PG	Lulun Riskiana Abdurrahman Faris Indriya	108
114	PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, TARIF, DAN LINGKUNGAN FISIK TERHADAP KEPUASAN PENUMPANG BIS JR CONNEXTION	Yasintha Soelasih	109
116	PERSEPSI NASABAH TERHADAP BAURAN PEMASARAN DAN PEMASARAN SYARIAH	Deasy Wulandari	111

NO.ID	JUDUL	PENULIS	HLM
117	PENGEMBANGAN KOMPETENSI CALON PEMIMPIN MELALUI HASIL ASSESSMENT CENTER	Susi Adiwaty	112
118	MENGUKUR KEPUASAN PELANGGAN PDAM TIRTA PAKUAN KOTA BOGOR	Muhamad Azis Firdaus	113
119	MINAT, PERSEPSI DAN HARAPAN MAHASISWA BARU DALAM MEMILIH FEB UNJA	Shofia Amin Setyaningsih	114
120	FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERINGKAT OBLIGASI PADA PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2012-2015	Fitra Ramadhanti Nariswari Sri Mulyati	115
121	RISET PEMASARAN ISLAMI : KAJIAN LITERATUR DAN AGENDA PENELITIAN	Hendy Mustiko Aji	116
122	FAKTOR DETERMINAN PERUBAHAN HARGA OBLIGASI NEGARA	Sutrisno Yossi Azizah	117
123	PENGARUH DIMENSI STORE ATMOSPHERE TERHADAP MINAT PEMBELIAN ULANG KONSUMEN PADA SUPER STORE DI BANDAR LAMPUNG	Aida Sari	118
124	E –SERVICE QUALITY: PERSEPSI KONSUMEN MUDA DI KOTA BANDUNG TERHADAP MEDIA SOSIAL YANG DIGUNAKAN UMKM	Nina Septina Lilian Danil	119
125	EFEKTIVITAS SOFT SKILLS TRAINING: STUDI KASUS PADA PELATIHAN AGENT of CHANGE DI PERUSAHAAN Y	Ferdinand Hindiarto	120
126	MEASURING CONSUMER LOYALTY PROGRAM: AN INVESTIGATION TO CITILINK INDONESIA CONSUMERS (Case of Citilink Indonesia in Jakarta)	Irfanto Makarim Pratama Nila Krisnawati Hidayat	121
127	ANALISIS KEBERHASILAN USAHA KECIL BIDANG KONSTRUKSI DI KOTA PALU DITINJAU DARI KARAKTERISTIK PRIBADI DAN KEPEMIMPINAN WIRAUSAHA	Lina Mahardiana	122
128	ANALISA FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN MAHASISWA MEMILIH KULIAH DI SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STEI) JAKARTA	Yusuf Suhardi Meita Pragiwani	123
129	PENGARUH GREEN MARKETING, BRAND IMAGE DAN ENVIRONMENTAL AWARENESS TERHADAP MINAT BELI BAHAN BAKAR PERTAMAX TURBO di KOTA SIDOARJO	Lilik Indahyani Dewi Andriyani	124
130	KAJIAN ORIENTASI ENTREPRENEUR, VOLATILITAS USAHA KECIL DAN MENENGAH DAN BUDAYA LOKAL DI JABODETABEK	Syahril Djaddang Mulyadi	125
131	MENDORONG NIAT PEMBELIAN HIJAU MASYARAKAT MELALUI NORMA, KEYAKINAN DAN PERILAKU YANG DIRASAKAN : SEBUAH TINJAUAN LITERATURE	Sri Widyastuti	126
132	PENGARUH SERVICE QUALITY DAN TRUST TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION SERTA DAMPAKNYA TERHADAP CUSTOMER LOYALTY PADA PENGGUNA JASA TRANSPORTASI OJEK ONLINE DI JAKARTA	Laili Savitri Derriawan Siti Hadijah	127
133	KNOWLEDGE AND PRACTICES OF SELLER AND BUYER ON FOOD SANITATION AND SAFETY: A PRELIMINARY STUDY	M.Y. Dwi Hayu Agustini Meniek Srinings Prapti	128
134	PENGARUH INTELLECTUAL CAPITAL DAN ECONOMIS VALUE ADDED TERHADAP PROFITABILITAS PERBANKAN DI BURSA EFEK INDONESIA	Yanuar Trisnowati Ika Nur Susilowati	129
135	TINGKAT PEMAHAMAN DAN KEPATUHAN WAJIB PAJAK DALAM PENGHITUNGAN PENYETORAN DAN PELAPORAN PAJAK	Astuti Yuli Setyani	130
136	KINERJA BISNIS INDUSTRI KECIL MENENGAH DI KABUPATEN BOJONEGORO	Nur Laily Dewi Urip	131
137	PENGARUH VARIETY SEEKING , PRODUCT KNOWLEDGE DAN SATISFACTION TERHADAP BRAND SWITCHING KONSUMEN COFFEE SHOP DI YOGYAKARTA	Lukas Surya Wijaya Purwani Retno Andalas	132



NO.ID	JUDUL	PENULIS	HLM
138	ANALISIS PERBANDINGAN KINERJA BANK SYARIAH DI INDONESIA DAN MALAYSIA	Muhammad Randhy Kurniawan	133
139	ANALISIS KEBUTUHAN DIKLAT MITIGASI BENCANA GEOLOGI BERBASIS MASYARAKAT DI KECAMATAN MAJALAYA DAN BALEENDAH	Suryo Hespiantoro Timtim Tauhidin D. Lumban Raja Asep	134
140	PENGARUH AVAILABILITY BIAS, LOSS AVERSION BIAS, DAN REPRESENTATIVENESS BIAS TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN INVESTASI	Siska Komala Dewi Kartini	135
141	PENGARUH KUALITAS KEHIDUPAN KERJA TERHADAP KINERJA DENGAN KOMITMEN DAN KEPUASAAN KERJA SEBAGAI INTERVENING	Armayadi Suhartini	136
142	STUDI EKSPERIMEN DAMPAK KONFIGURASI KEADILAN DISTRIBUTIF DAN INTERAKSIONAL PADA PERILAKU RETALIASI GENERASI MILLENNIALS	Majang Palupi Heru Kurnianto Tjahjono	137
143	REKRUITMEN ANGGOTA BARU PEMANDU WISATA DI PAGUYUBAN PEMANDU PERJALANAN WISATA (PAPTA) DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA MELALUI PENDIDIKAN DAN PELATIHAN KEPEMANDUAN WISATA	Ema Rahmawati	138
144	ANALISIS BID-ASK SPREAD PADA SAHAM LQ 45 DI BURSA EFEK INDONESIA	Elok Sri Utami Tatang Ari Gumanti Mohammad Bahrul Amik	139
145	PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN J.CO DONUTS & COFFEE CABANG MARGO CITY DI KOTA DEPOK	Febri Damayanti Supriadi Thalib	140
146	A STUDY ON MEASURING THE EMOTIONAL INTELLIGENCE AMONG THE HEAD OF ADMINISTRATION STAFF IN FLORES UNIVERSITY	M. Helena Carolinda Dua Mea	141
147	ANALISIS HOME SELECTION BIAS, CONFIRMATION BIAS DAN HERDING : STUDI KASUS PADA INVESTOR PROPERTI DI YOGYAKARTA	Prita Damayanti Nugroho Zaenal Arifin	142
148	MANAJEMEN TRACER STUDY DI PERGURUAN TINGGI	Yolla Margaretha	143
149	MEMBANGUN DAYA SAING USAHA KECIL DAN MENENGAH (UKM) MELALUI PENCIPTAAN EMPLOYEE ENGAGEMENT	Siti Nurhayati	144
150	KENAPA PERUSAHAAN KELUARGA GAGAL?	Achmad Sobirin Andiana Rosid	145
151	PENGARUH KOMPONEN MODAL INTELEKTUAL DAN MEKANISME TATA KELOLA PERUSAHAAN TERHADAP KINERJA KEUANGAN DAN NILAI PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA	Budiandriani Ramlawati	146
152	PERAN STRATEGI COMMUNITY DEVELOPMENT TERHADAP VALUE DAN SATISFACTION DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS MITRA BINAAN BANK BUMN	Holmes Rolandy Kapuy	147
153	KONSEPTUALISASI KONSTRUK KEPERCAYAAN DI LEVEL ANALISIS INDIVIDU DAN TIM: IDENTIFIKASI PELUANG RISET	Handrio Adhi Pradana	148
154	PENGARUH R&D, INVESTMENT OPPORTUNITY SET, DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP STRUKTUR MODAL, DENGAN PERTUMBUHAN PENJUALAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING	Mahirun	149
155	ENDORSEMENT, VISUAL MERCHANDISING CUES DAN RESPON KONSUMEN PADA IKLAN MAKANAN DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM	Sony Kusumasondjaja	150
156	ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN DALAM MEMBELI PAKET WISATA KILI KILI ADVENTURE	Ki Gede Bima Pangarso Daru Asih	151
157	PENINGKATAN KEPUASAN PELANGGAN MELALUI KOMPETENSI BARISTA	Wa Ode Zusnita Muizu Rizki Gito Perwiro	152

NO.ID	JUDUL	PENULIS	HLM
		Umi Kaltum	
158	PENGARUH DUKUNGAN ORGANISASI, IKLIM ORGANISASI, DAN KOMITMEN ORGANISASI TERHADAP TURNOVER INTENTION (STUDI PADA PT. CHAROEN POKPHAND JAYA FARM HATCHERY GEMPOL PASURUAN)	Dewi Andriani Lilik Indahyani	153
159	PENGARUH NEGARA ASAL DAN PERSEPSI KUALITAS TERHADAP NIAT PEMBELIAN SEPATU DI KOTA BANDUNG	Salma Fauziyyah	154
160	DAMPAK PERSONALITY, STORE ENVIRONMENT TERHADAP IMPULSE BUYING BEHAVIOR MELALUI IMPULSE BUYING TENDENCY	Lisda Rahmasari	155
161	PENGARUH KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN ASURANSI TERHADAP PENINGKATAN PENDAPATAN PREMI PADA PERUSAHAAN ASURANSI YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA	M. Rifki Nuriyansah D. Agus Harjito	156
162	DETERMINAN PERILAKU KERJA INOVATIF DALAM PENYIAPAN SDM MENUJU PENGUATAN DAYA SAING BANGSA	Chalimah Ari Muhardono	157
163	ANALISIS RASA PERCAYA DAN KERAHASIAAN TERHADAP MINAT BELI MELALUI SIKAP BELI PADA PRODUK SECARA ONLINE	Harries Arizonia Ismail	158
164	ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI PENYALURAN KREDT PERBANKAN (STUDI PADA BANK UMUM MILIK NEGARA)	Sita Nurmalia Adha Hedwigis Esti Riwayati	159
165	PENERAPAN SIX SIGMA DMAIC DALAM MENURUNKAN DEFECT PADA PROSES PRODUKSI SIGARET	Rikardo Hutasoit Indrianawati Usman	160
166	DIMENSI PERSEPSI RESIKO PADA PERILAKU BELANJA ONLINE KONSUMEN	Yuniarti Fihartini Mudji Rahmad Ramelan	161
167	PENGARUH GAYA KEPEMIMPINAN DAN MOTIVASI TERHADAP KINERJA KERJA KARYAWAN (STUDY KASUS PADA PT. WENANG PERMAI SENTOSA DI MANADO)	Ari Anggarani Winadi Elvy Susanty	162
168	PENDEKATAN SWOT ANALISIS DAN KELAYAKAN USAHA TENUN IKAT DI DESA WOLOTOPO KECAMATAN NDONA KABUPATEN ENDE	Rafael Octavianus Byre Ferdinandus Lidang Witi Yohanes Paulus Luciany	163
169	PENGARUH BRAND EVIDENCE, SATISFACTION DAN BRAND HEARSAY TERHADAP BRAND LOYALTY: BRAND ATTITUDE SEBAGAI VARIABEL MEDIASI	Keni Davin	164
170	PENGARUH FAKTOR KEPERCAYAAN REKOMENDASI PRODUK BELANJA ONLINE TERHADAP NIAT BELI PADA SITUS	Abhita Melati Putri Budi Astuti	165
171	MINIMISASI KONFLIK KEAGENAN UNTUK MEMAKSIMALKAN NILAI PERUSAHAAN	Umi Murtini	166
172	ANALISIS FAKTOR PEMBENTUK SEGMENTASI PASAR KONSUMEN	Suryadi	167
173	PENGEMBANGAN APLIKASI MANAJEMEN TOTAL BIAYA GABUNGAN DAN JUMLAH (LOT) PRODUKSI ANTARA PRODUSEN DAN KONSUMEN MENGGUNAKAN MODEL JOINT ECONOMIC LOT SIZE (JELS) PADA INDUSTRI MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM)	Surya Darmawan Tri Widodo	168
174	STUDI TENTANG MINAT BELI PADA PRODUK HARDWARE DI SEMARANG	Khusnul Kotimah Sri Rahayu Tri Astuti	169
175	PENGARUH KINERJA KEUANGAN TERHADAP PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL	Tri Purwani	170
176	EKSPLORASI DUKUNGAN RASA KOMPETENS DOSEN DI PERGURUAN TINGGI	Devani Laksmi Indyastuti Tiara Puspa	171
177	IMPLEMENTASI METODE SAW DALAM SISTEM PENDUKUNG KEPUTUSAN PENILAIAN KINERJA KARYAWAN (STUDI KASUS PT BANDENG JUWANA SEMARANG)	Yani Prihati	172

NO.ID	JUDUL	PENULIS	HLM
178	PENGARUH KOMPETENSI DAN MOTIVASI TERHADAP KINERJA DENGAN KARAKTERISTIK PEKERJAAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI (STUDI PADA KANTOR BADAN KEUANGAN DAERAH KOTA TEGAL)	Tristiana Rijanti Kis Indriyaningrum Heri Prasetyo Nugroho	173
179	PENGARUH PENGEMBANGAN KARIR DAN PEMBERDAYAAN TERHADAP KINERJA DENGAN MOTIVASI SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA PT JASA MARGA (PERSERO) TBK CABANG SEMARANG	Kis Indriyaningrum Tristiana Rijanti Wiwit Kurniati	174
180	PERAN SOCIAL FACTOR DAN KONDISI YANG MEMFASILITASI PEMAKAI DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE	Surpiko Hapsoro Darpito Dwi Hari Laksana	175
181	PENGARUH PROFITABILITAS, STRUKTUR KEPEMILIKAN, DAN INVESTMENT OPPORTUNITY SET TERHADAP KEBIJAKAN DIVIDEN	Azzah Wikansari Nastiti Nurfauziah	176
183	PENINGKATAN AKSES KEUANGAN DALAM RANGKA PENGUATAN DAYA SAING UMKM	Akhmad Sakhowi Chalimah	177
184	SIKAP, NORMA SUBYEKTIF DAN KONTROL PERILAKU NASABAH BANK SAMPAH	Arief Helmi Rawindra	178
185	ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, WORD OF MOUTH, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI PADA KONSUMEN POS KETAN LEGENDA 1967 DI SEMARANG)	Imroatul Khasanah Muhammad Arifin	179
186	ASIMETRI PERSEPSI KONFLIK INTRAGRUP TERHADAP PERILAKU DISFUNGSIONAL TIM : PENDEKATAN BERBASIS-PERSEPSI	Supia Yuliana	180
187	PENGARUH ZAKAT MAAL TERHADAP TINGKAT KESEJAHTERAAN MUSTAHIQ DI YATIM MANDIRI KEDIRI	Siti Nur Mahmudah Tika Widiastuti Imron Mawardi	181
188	ESTIMASI KEBUTUHAN CASH HOLDING MODEL DINAMIS PADA PERUSAHAAN PUBLIK NON KEUANGAN DI INDONESIA	Ernie Hendrawaty	182
189	MODEL MOTIVASI MENURUT HERZBERG, ALDERFER dan VROOM TERHADAP KINERJA KARYAWAN BAGIAN PRODUKSI	Nining Purwatmini	183
190	ANALISIS PENGARUH KEADILAN ORGANISASIONAL TERHADAP KINERJA DAN KEPUASAN KERJA	Agus Faryandi Titik Nurbiyati	184
191	PENERAPAN SIX SIGMA DI PT POS INDONESIA	Umi Kaltum Kiyadhira Abghiazka Wa Ode Zusnita	185
192	ANALISIS PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE INSTAN (STUDI PADA MAHASISWA DI SURAKARTA)	Sudarwati	186
193	ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI TINGKAT CASH HOLDING PADA BANK UMUM YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2011-2015	Reni Silaen Prasetiono	187
194	ANALISIS PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING, CONTENT-MARKETING, ONLINE BRANDING, BRAND TRUST ONLINE, BRAND ENGAGEMENT, BRAND-EQUITY ONLINE, TERHADAP CONSUMER-DECISION MAKING PADA STARTUP USAHA KECIL MENENGAH DI SURABAYA	Maria Mia Kristanti	188
195	PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN AKSES KEUANGAN TERHADAP KINERJA USAHA KECIL DAN MENENGAH DI KABUPATEN MANOKWARI	Jein Sriana Toyib	189
196	PENGARUH FAKTOR-FAKTOR KEUANGAN TERHADAP LIFE SATISFACTION	Gesti Memarista	190
197	MAKNA MENCIPTAKAN IMPULSE BUYING BAGI RITEL KECIL / UMKM	EmaNurzainul Hakimah Sri Aliami	191
198	TEKA-TEKI KEBIJAKAN DIVIDEN PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR	Atikah Muna Naufinal	192

NO.ID	JUDUL	PENULIS	HLM
	DI INDONESIA	Abdur Rafik	
199	PERAN GURU SEBAGAI MEDIATOR EDUKASI KEUANGAN BAGI PARA SISWA TAMAN KANAK-KANAK	Nanik Linawati	193
200	PENGARUH STRATEGI PROMOSI DAN STRATEGI HARGA TERHADAP MINAT PEMBELIAN ULANG DENGAN CITRA TOKO SEBAGAI PEMODERASI	Ambar Kusuma Astuti Agustini Dyah Respati	194
201	PENGARUH PEMBINAAN DISIPLIN DAN MOTIVASI KERJA TERHADAP KINERJA PEGAWAI NEGERI SIPIL PADA DINAS PENDIDIKAN, PEMUDA, DAN OLAHRAGA PEMERINTAH DAERAH KABUPATEN BANDUNG BARAT	H.R.M Juddy Prabowo Nursida Ropiyani	195
202	KAJIAN BIAYA PERSEDIAAN DAN LOGISTIK KANTONG BELANJA BERBAHAN PLASTIK DAN DAUR ULANG DAN IMPLIKASINYA PADA PENGENDALIAN CEMARAN PLASTIK OLEH PERITEL MODERN DI WILAYAH JABODETABEK	Mohammad Annas	196
203	KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK SUSU ULTRA MILK DI KOTA SEMARANG	Imam Nuryanto Guruh Taufan Hariyadi Dian Kemalasar	197
204	PENINGKATAN KINERJA TIM MELALUI TRANSFER PELATIHAN: PERAN ATASAN DAN KARAKTERISTIK PESERTA PELATIHAN	Diyah Dumasari S.	198
205	DETERMINAN JUMLAH PENYALURAN KREDIT PERBANKAN DI INDONESIA	Nurhayati Reza Zattira	199
206	KAJIAN MODEL-MODEL PENGUKURAN KUALITAS LAYANAN DI PERGURUAN TINGGI	Rr Sita Dewi Kusumaningrum Rr Siti Muslikhah	200
207	DINAMIKA KEJUTAN BUDAYA PADA PROSES PENGGABUNGAN PERGURUAN TINGGI	Nidya Dudija Fathul Himam Achmad Sobirin	201
208	PENGARUH PERCEIVED PRICE KONSUMEN GEN Y TERHADAP CHANNEL USAGE INTENTION DENGAN PERCEIVED VALUE SEBAGAI VARIABEL MEDIASI : STUDI PADA TOKO RETAIL ONLINE	Phima Ruthia Dwikesumasari	202
209	MANAJEMEN KEUANGAN KELUARGA KELAS MENENGAH DI JEMBER	Hari Sukarno Laily Amah Faizah	203
210	STRATEGI INDONESIA : MENJADI SENTRAL (HUB) KEUANGAN SYARIAH GLOBAL	Bedjo Santoso	204
211	PENGUATAN BERSAING PERGURUAN TINGGI MELALUI KNOWLEDGE MANAGEMENT	Ratna Widiastuti	205
212	MENGINVESTIGASI FENOMENA GLASS CEILING: MITOS ATAU FAKTA?	Sekar Cahyo Laksanti Suharnomo Mirwan Surya Perdhana	206
213	FAKTOR PRIBADI DAN KEPUASAN KERJA SEBAGAI PENENTU TERCAPAINYA KINERJA PEGAWAI	Aji Komarudin Wa Ode Zusnita Muizu	207
214	EFEK RAMADHAN PADA INDEKS SAHAM SEKTOR BARANG KONSUMSI DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2014 - 2016	Siti Aisyah Suciningtyas	208
215	PENGARUH FAKTOR-FAKTOR KESUKSESAN TERHADAP OUTCOME PROYEK YANG DIMEDIASI OLEH KERJASAMA LINTAS FUNGSI DALAM TIM PROYEK	Lambertus Langga	209
216	RISIKO PEMBIAYAAN BANK SYARIAH DI INDONESIA	Wahyu Trinarningsih Arif Lukman Santoso	210
217	INTEGRASI ASPEK RISIKO (RISK) DALAM MODEL UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USAGE OF TECHNOLOGY UNTUK MENGANALISIS PENERIMAAN TEKNOLOGI GO-RIDE	Alfan Amrullah Anjar Priyono	211

NO.ID	JUDUL	PENULIS	HLM
218	PENGUJIAN OVERREACTION DI BULAN RAMADAN PADA BURSA EFEK NEGARA-NEGARA DENGAN MAYORITAS PENDUDUK PEMELUK AGAMA ISLAM	Den Muallim Putu Anom Mahadwartha	212
219	IMPACT KOMITMEN ORGANISASI DIMEDIASI KOMPETENSI SDM TERHADAP KINERJA PEGAWAI RUMAH SAKIT SWASTA DI METRO	Yateno Andiana Rosid	213
220	PENGARUH GAYA MANAJEMEN KONFLIK KARYAWAN DENGAN STRES KERJA SEBAGAI VARIABEL INTERVENING TERHADAP KINERJA KARYAWAN	Ageng Ramadhanta Trias Setiawati	214
221	PENGARUH EMPLOYEE ENGAGEMENT DAN BUDAYA ORGANISASI TERHADAP KINERJA MELALUI KOMITMEN ORGANISASI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING	Phalini Herman Trias Setiawati	215
222	FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELI SECARA ONLINE	Ratna Listiana Dewanti Vera Desy Nurmalia Kusjainah	216
223	PERENCANAAN STRATEGIS MANAJEMEN SISTEM INFORMASI PENDIDIKAN BERBASIS GREEN COMPUTING PADA PERGURUAN TINGGI	Nizar Alam Hamdani Galih Abdul Fatah Maulani	217
224	THE EFFECT OF ENVIRONMENTAL WORKING CONDITION AND INDIVIDUAL CHARACTERISTICS TO THE EMPLOYEE PERFORMANCE PT.ASURANSI STACO MANDIRI (Marketing Division)	Ryani D Parashakti Muhammad Nashar Nur Arfianti	218
225	DIMENSI ECOPRENEURSHIP PADA RINTISAN USAHA BERBASIS DAUR ULANG	Ratna Lindawati Lubis	219
227	PENGARUH MOTIVASI INTERNAL TERHADAP PRODUKTIVITAS KERJA KARYAWAN DI PT. INDOSAT Tbk CABANG GARUT	Acep Abdul Basit	220
228	KAPABILITAS DINAMIS PADA SOCIAL ENTERPRISE ORGANIZATION DALAM MENCIPTAKAN INOVASI	Fathul Huda Anjar Priyono	221
229	ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEBIJAKAN HUTANG PADA PERUSAHAAN KELUARGA YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA	Dita Putri Ramadhani Arif Singapurwoko	222
230	PENGARUH PELATIHAN, KOMPENSASI, DAN MOTIVASI TERHADAP KINERJA KARYAWAN DENGAN KEPUASAN KERJA SEBAGAI VARIABEL INTERVENING	Shofi'unnafi Trias Setiawati	223
231	PERAN SUMBERDAYA MANUSIA DAN INOVASI USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (PEMANFAATAN TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI)	Ika Nurul Qamari Retno Widowati Pa Fauziyah Femi Kurnia	224
232	TRANSFORMASI ORGANISASI USAHA PERJALANAN WISATA DI PROVINSI SULAWESI SELATAN: SEBUAH TINJAUAN TEORITIS	Herminawaty Abubakar	225
233	PERAN ORIGINALITAS DAN RASA KETERIKATAN KONSUMEN DALAM PERILAKU BELANJA BATIK	Ratna Roostika	226
234	INCREASE BRAND LOYALTY OF IPHONE IN CENTRAL JAVA, INDONESIA	Mudiantono Suci A Y Sitanggang Kholidin	227
235	STUDI MENGENAI GLOCAL CULTURAL IDENTITY: DAMPAKNYA PADA KELOMPOK YOUNG ADULTS DI EMERGING MARKET	Farida Indriani	228
236	PENGARUH WORK FAMILY CONFLICT DAN STRES KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN MELALUI VARIABEL INTERVENING KEPUASAN KERJA	Selvi Diliyanti Rizki Trias Setiawati	229
237	PENGARUH KEPEMILIKAN MANAJERIAL, STRUKTUR MODAL, DAN	Sofa Yulandari	230

NO.ID	JUDUL	PENULIS	HLM
	UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BEI	Rikhul Hidayat	
238	PENGARUH LINGKUNGAN KERJA TERHADAP PRODUKTIVITAS KERJA KARYAWAN DI PT. INDOSAT Tbk CABANG GARUT	Tinneke Hermina	231
239	HUBUNGAN PENGANGGARAN PARTISIPATIF DAN KINERJA ORGANISASI PEMERINTAH PROVINSI SULAWESI SELATAN	Seri Suriani	232
240	STRATEGI PENERAPAN SISTEM KNOWLEDGE MANAGEMENT TEMBANG MACAPAT DENGAN PENGEMBANGAN SIKAP GENERASI MUDA	Yuventius Tyas Catur Yohan Wismantoro Karis Widyatmoko	233
241	PENGARUH PENERAPAN GOOD CORPORATE GOVERNANCE TERHADAP CORPORATE IMAGE PADA PT. PLN (Persero) DISTRIBUSI JAWA BARAT DAN BANTEN AREA GARUT	Tatang Mulyana Irfan Gantina	234
242	KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PERUSAHAAN JASA TRANSPORTASI ONLINE (UBER) DI JAKARTA	Nursiti Belly Aries	235
243	ENTREPRENEURIAL MOTIVATION UKM DI DESA DADAP INDRAMAYU	Abdul Fidayan	236
244	DETERMINAN MANAJEMEN MODAL KERJA DAN KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN SEKTOR INDUSTRI DASAR DAN KIMIA	Yuliani Rasyid Hs Umrie Ade Maharini Adiandari Lenny Nawangsari	237
245	<i>FEAR OF SUCCESS</i> WANITA KARIER DI BALI	Yeyen Komalasari I Gde Ary Wirajaya	238
246	PENGARUH DESTINATION IMAGE DAN PERCEIVED VALUE TERHADAP KEPUASAN DAN REVISIT INTENTION (STUDI PADA FESTIVAL BUDAYA CAP GO MEH DI KOTA SINGKAWANG)	Wenny Pebrianti Nofiyanti	239
247	PENGARUH BRAND IMAGE, KUALITAS LAYANAN, DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS MELALUI KEPUASAN KONSUMEN PADA JASA J&T EXPRESS DI KABUPATEN JEMBER	Alfin Rosita G.W Sudaryanto N. Ari Subagio	240
248	HUBUNGAN ANTARA KEPEMIMPINAN SITUASIONAL DAN IKLIM ORGANISASI DENGAN ORGANIZATIONAL CITIZENSHIP BEHAVIOR (OCB) (Studi Pada GURU PNS SD NEGERI DI KOTA BOGOR)	Euis Agung Arita Nancy Yusnita	241
249	DIMENSI <i>CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY</i> DAN <i>MARKET PERFORMANCE</i> PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR DI BEI	I Made Sudana Rifqi Pramono	242
250	PERAN MEDIASI <i>CREATIVITY</i> DAN <i>ORGANIZATIONAL TRUST</i> PADA HUBUNGAN PENGARUH <i>AUTHENTIC LEADERSHIP</i> TERHADAP <i>ORGANIZATIONAL INNOVATIVENESS</i>	Dwi Ratmawati Nella Ladita	243
251	FAKTOR-FAKTOR LINGKUNGAN KERJA, MOTIVASI KERJA DAN KINERJA KARYAWAN DIVISI DESAIN PT. PAL INDONESIA (PERSERO)	Tri Siwi Agustina Zian Z. Rahman	244
252	ANALISA WASTE DENGAN METODE VALUE STREAM ANALYSIS TOOLS (VALSAT) DAN USULAN PERBAIKAN DENGAN METODE FISHBONE DIAGRAM PADA PROSES PRODUKSI TEH DI PT. GOPEK CIPTA UTAMA	T. Aria Auliandri Retno Dwi Wulandari	245
253	PERJANJIAN ASURANSI SEBAGAI SARANA UNTUK MEMANAGE RESIKO DALAM TRANSAKSI BISNIS	Aris Armuninggar	246
254	KOMITMEN PADA ORGANISASI ATAU KOMITMEN PADA KARIR? STUDI TENTANG KEPUASAN KARIR PADA KARYAWAN PERUSAHAAN MANUFAKTUR DAN PERUSAHAAN JASA DI INDONESIA	Nuri Herachwati Aulia Rachma	247
255	PERAN MEDIASI <i>ORGANIZATIONAL LEARNING</i> PADA <i>KNOWLEDGE MANAGEMENT</i> DAN <i>ORGANIZATIONAL INNOVATION</i>	Jerry Setiawan Ida Bagus Gede Adi Permana	248
256	PERUMUSAN STRATEGI OPERASI PT. IGLAS (PERSERO) DENGAN PENDEKATAN QUANTITATIVE STRATEGIC PLANNING MATRIX (QSPM)	Mochammad Alvin Wiratno Febriana Wurjaningrum	249

NO.ID	JUDUL	PENULIS	HLM
257	STRATEGI BISNIS DIVERSIFIKASI, STRATEGI BISNIS FOKUS DAN <i>FIRM VALUE</i>	Wisudanto Devi Paramitha	250
258	POLITICAL RISK INDICATORS AND THE EFFECT OF FOREIGN DIRECT INVESTMENT IN INDONESIA	Fitri Ismiyanti	251
259	PENGARUH KUALITAS LAYANAN, HARGA DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN RITEL MODERN SYARIAH	Ratri Amelia Aisyah	252
260	STRUKTUR KEPEMILIKAN DAN MANAJEMEN PERSEDIAAN DALAM PERSPEKTIF <i>CORPORATE GOVERNANCE</i>	Rahmat Heru Setianto Aninda Mita Varizqa	253
261	PENGARUH HIGH PERFORMANCE WORK SYSTEM TERHADAP PERSONAL SAFETY ORIENTATION DENGAN MEDIASI TRUST IN	Anis Eliyana Emma Putri Opratiwi	254
262	PERAN <i>PERCEIVED FINANCIAL RISK</i> SEBAGAI VARIABEL MODORASI DAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI DALAM HUBUNGAN ANTARA NILAI DAN NIAT PEMBELIAN KEMBALI	Tanti Handriana Nurul Aini	255
263	PENGARUH KUALITAS, RISIKO, HARGA, KEPERCAYAAN, DAN <i>FAMILIARITY</i> TERHADAP NIAT BELI MAKANAN ORGANIK PADA GENERASI Y DI SURABAYA	Masmira Kurniawati Ni Luh Tantri Adhiastuti	256
264	PENERAPAN SIX SIGMA DMAIC DALAM MENURUNKAN DEFECT PADA PROSES PRODUKSI SIGARET	Indrianawati Usman Rikardo Hutasoit	257
265	ENDORSEMENT, VISUAL MERCHANDISING CUES DAN RESPON KONSUMEN PADA IKLAN MAKANAN DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM	Sony Kusumasondjaja	258
266	MARKETING ETHICS INDUSTRI KREATIF DI INDONESIA: STUDI EKSPLORASI	Sri Hartini Gancar C. Premananto Jovi Sulistiawan	259
267	THE EFFECT OF PERCEIVED ORGANIZATIONAL SUPPORT ON WORK ATTITUDE: THE ROLE OF CAREER COMMITMENT	Jovi Sulistiawan Nuri Herachwati Z. Firdaus	260
268	PENGARUH MARKETING MIX TERHADAP KEPUASAN DAN DAMPAKNYA PADA E-WOM POSITIF	Tino Galih Perdana Dien Mardhiyah	261
269	PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN INDIVIDU UNTUK BERPINDAH JENIS PEKERJAAN	Edhitya Mardianti Dian Ekowati	262
270	APAKAH KEBIJAKAN DIVIDEN MENCERMINKAN KUALITAS LABA?	Puput Tri Komalasari Kriss Sammy Ginting	263
271	PENGARUH ZAKAT MAAL TERHADAP TINGKAT KESEJAHTERAAN MUSTAHIQ DI YATIM MANDIRI KEDIRI	Siti Nur Mahmudah Tika Widiastuti Imron Mawardi	264
272	PENGARUH TRANSFORMATIONAL LEADERSHIP DAN QUALITY OF WORK LIFE TERHADAP INTERPERSONAL COMMUNICATION IMPLIKASINYA PADA PERFORMANCE KARYAWAN	Agustina Hanafi Hendra Hadiwijaya	265
273	PERILAKU KONSUMTIF GENERATION Y UNTUK PRODUK FASHION	L. Verina Halim Shasti Ayudya Rachmawati	266
274	PENGARUH KEPEMILIKAN DAN KONTROL KELUARGA TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN: ANALISA PERSPEKTIF KEAGENAN DAN STEWARDSHIP	Katiya Nahda	267
275	STRATEGI MENINGKATKAN DAMPAK PENGGUNAAN TEKNOLOGI INFORMASI TERHADAP NILAI BISNIS	Agus Prayitno Harsono	268
276	VARIABEL-VARIABEL YANG MEMPENGARUHI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) DAN DAMPAKNYA TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Studi Pada Perusahaan Perbankan Indonesia Yang Terdaftar di BEI Tahun 2014 -2016)	Ana Kadarningsih Dian Prawitasari Elsa Oktafianto Putri	269
277	PELAYANAN KESEHATAN BERKEADILAN BAGI MASYARAKAT	Nugroho Mardi Wibowo	270

NO.ID	JUDUL	PENULIS	HLM
	MISKIN PADA PROGRAM JAMINAN KESEHATAN NASIONAL DI FASILITAS KESEHATAN TINGKAT RUJUKAN	Yuyun Widiastuti	
278	PENGARUH FAKTOR FUNDAMENTAL TERHADAP NILAI PERUSAHAAN MELALUI STRUKTUR MODAL PADA PERUSAHAAN PROPERTY DI INDONESIA	Muhamad Muwidha	271
279	KEUNGGULAN BERSAING UMKM MELALUI KAPABILITAS MANAJEMEN PENGETAHUAN, MANAJEMEN KOLABORASI DAN KAPABILITAS INOVASI	Heru Sulistyو Wuryanti	272
280	ANALISIS PENGARUH PELAYANAN PRIMA CUSTOMER SERVICE TERHADAP CITRA PERUSAHAAN	Mahmudatul Himma	273
281	KEWIRAUSAHAAN MANDIRI PEREMPUAN BERBASIS KEARIFAN LOKAL DAN FILOSOFI HINDU DI BALI	Made Wahyu Adhiputra Ni Wayan Suartini	274
282	THE ANALYSIS OF TOURISTS' MOTIVATION TO VISIT KUBURAN WANGI TRUNYAN	Made Wahyu Adhiputra	275
283	CREDIT SERVICES BENEFITS OF MICRO ENTREPRENEURS SEEK FROM LEMBAGA PERKREDITAN DESA:AN EXPLORATORY STUDY	Made Wahyu Adhiputra Dewa Gede Putera	276
284	KEPUTUSAN PENGELOLAAN LINGKUNGAN DENGAN DUKUNGAN ARSITEKTUR SISTEM CERDAS	Made Wahyu Adhiputra Dewa Nyoman Usada	277
285	STUDI DAMPAK PENGEMBANGAN USAHA KREATIF TENUN IKAT BAGI PEREKONOMIAN KABUPATEN ENDE	Avianita Rachmawati Reyna Virginia Nona	278
286	TATA KELOLA PERUSAHAAN, KARAKTERISTIK PERUSAHAAN DAN PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL	Yulius Kurnia Susanto Daves Joshua	279
287	PENGARUH MARKET SIZE, KINERJA PERUSAHAAN, NILAI PERUSAHAAN, LEVERAGE, DAN KESEMPATAN BERTUMBUH TERHADAP STOCK RETURN	Refan Leonardo Wisuta Stella	280
288	FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KUALITAS AUDIT PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR	Florian Wulandari Hadi Irwanto Handojo	281
289	EFFICIENCY OF STATE-OWNED BANKS AND FOREIGN BANKS IN INDONESIA: STOCHASTIC FRONTIER ANALYSIS AND ANALYSIS OF VARIANCE	Asti Mardiana Putri Wisnu Mawardi	282
290	GENDER MEMODERASI PENGARUH PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN TERHADAP INTENSI KEWIRAUSAHAAN	Anik Kusmintarti Sidik Ismanu Nur Indah Riwijanti	283
291	ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FASHION MELALUI ONLINE SHOPPING (Studi Kasus pada Mahasiswa di Kota Malang)	Yunia Afiatin Ludfi Djajanto Kuni Utami Handayawati	284
292	PENINGKATAN KEPUASAN PELANGGAN MELALUI KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA OLD TOWN WHITE COFFEE SEMARANG	Mahmud Ariati Anomsari Perdana Sigit Purnomo	285
293	PERAN PENDAMPING DALAM MENINGKATKAN EFEKTIVITAS DANA PERGULIRAN PNPM – MP PADA PEDAGANG KECIL	Andi Asdani Atika Syuliswati Koko Nakulo	286
294	RASIO UTANG DAN DIVIDEN MEMEDIASI PENGARUH INVESTMENT OPPORTUNITY SET TERHADAP NILAI PERUSAHAAN	Rudolf Lumbantobing	287
295	SIKAP KERJA DAN ORGANIZATIONAL CITIZENSHIP BEHAVIOR: PERAN KEPEMIMPINAN TRANSFORMASIONAL DAN PERSEPSI IKLIM ORGANISASI	Titik Rosnani	288
296	LITERASI KEUANGAN DAN KEPEMILIKAN ASURANSI JIWA : OBSERVASI DI INSTITUSI KEUANGAN SUMATERA BARAT	Ade Maharini Adiandari Hendra Winata Yuliani	289



NO.ID	JUDUL	PENULIS	HLM
297	STRATEGI PENGEMBANGAN DESTINASI WISATA TELUK KILUAN MELALUI OPTIMALISASI DAYA TARIK EKOWISATA	Kurniawan Gilang Widagdyo	290
298	HUBUNGAN KONFIGURASI DAN ELEMEN FISIK RUANG DENGAN AKTIVITAS KRIMINAL DI KAWASAN TAMBAKBAYAN, BABARSARI	Abubakar Albaar T. Yoyok Wahyu Subroto Ahmad Saifullah	291
299	VALIDITAS DAN RELIABILITAS KONSTRUK PENGUKURAN PERPUSTAKAAN IDEAL BERBASIS DENGAN PENDEKATAN LIBQUAL	Yulyanti Fahrana Wenny Pebrianti	292
300	ANALISIS EFEKTIVITAS AJAKAN BOIKOT TERHADAP SARI ROTI	Siti Aisyah Gancar C Premananto	293
301	STRATEGI PEMASARAN PT BATIK SEMAR SURAKARTA PENGARUHNYA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN	Bambang Mursito Sudarwati Eny Kustiyah	294
302	STUDI ADAPTATION OF EXTERNAL DAN INTERNAL KNOWLEDGE DALAM MENDORONG KINERJA DOSEN	Fitri Wulandari	295
303	KAJIAN PERLINDUNGAN HUKUM TRANSAKSI E-COMMERCE DAN TRANSAKSI KONVENSIONAL	Widaningsih	296
304	PERAN INTENSITAS PERSAINGAN DALAM MENDORONG ADOPTSI INOVASI TERBUKA PADA UMKM	Weni Novandari	297
305	PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DIBIDANG WIRAUSAHA BERBASIS POSDAYA	Ita Rifiani Permatasari Ayu Sulasari	298
306	PENGARUH BUDAYA ORGANISASI, KEPUASAN KERJA, KOMPETENSI & KOMITMEN ORGANISASI TERHADAP ORGANIZATIONAL CITIZEPSHIP BEHAVIOUR (STUDI PERUSAHAAN KONSULTAN KONSTRUKSI)	Lenny Ch Nawangsari Ahmad Hidayat Sutawijaya Yuliani	299
307	PERAN MINAT BELI SEBAGAI INTERVENING VARIABEL DARI KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN DAN KUALITAS INFORMASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI ONLINE SHOP	R.A. Nurlinda	300
308	PERILAKU STORE SWITCHING DALAM BERBELANJA ONLINE	Dita Amanah Ratih Hurriyati Vanessa Gaffar Lili Adi Wibowo Dedy Ansari Harahap	301
309	PENGARUH REPUTASI UNIVERSITAS TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA MEMILIH STUDI DI UNIVERSITAS ISLAM SUMATERA UTARA	Dedy Ansari Harahap Ratih Hurriyati Vanessa Gaffar Lili Adi Wibowo Dita Amanah	302
310	PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA PASANG SAMBUNGAN BARU LISTRIK PRA BAYAR TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT PLN RAYON CIMAHI KOTA	Igus Rahmat Ginanjar Ratih Hurriyati	303
311	MODEL TERPADU NILAI PERSEPSI KONSUMEN: BUKTI DARI INDONESIA	Adryan Rachman Ratih Huriyati Lili Adi Wibowo Vanessa Gaffar	304
312	PENGARUH REKRUTMEN DAN SELEKSI, PELATIHAN DAN PENGEMBANGAN, PENILAIAN KINERJA, DAN KOMPENSASI TERHADAP KINERJA ORGANISASI	Astrie Septiningtyas Nurwanti	305
313	PENGARUH GAYA KEPEMIMPINAN DAN PEMBERIAN KOMPENSASI TERHADAP KINERJA KARYAWAN	Nafila Syawie Ferryal Abadi	306

NO.ID	JUDUL	PENULIS	HLM
314	PENGARUH REINVENTING POLICY, PELAYANAN FISKUS DAN SANKSI PAJAK TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK	Ronaldo Sanjaya Haryo Suparmun	307
315	PERAN KOMUNITAS DALAM MENINGKATKAN KINERJA UKM	Basuki Toto Rahmanto Siti Nurjanah Vina Meliana Diyana Lestari Herwin Ika Suhartanti Darmo	308
316	PENGARUH LINGKUNGAN SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK SUSHI TEI PLAZA INDONESIA	Ratnasari Siti Nurjanah	309
317	STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK UNGGULAN DESA PULAU SELIU KECAMATAN MEMBALONG, BELITUNG	Christianingrum Angraini Yunita Kurniawan	310
318	IMPLEMENTASI PROGRAM CSR PT. PERTAMINA TBBM MALANG UNTUK Mendukung Peningkatan Kunjungan Wisata di Kampung Wisata Keramik DINOYO Kota Malang	Ayu Sulasari Suselo Utoyo	311
319	KEMAMPUAN SOSIAL EKONOMI DAN KUALITAS KEHARMONISAN KELUARGA PADA PESERTA KELUARGA BERENCANA VASEKTOMI DI SURABAYA	Nurleila Jum'ati Tri Siwi Agustina Prita Anugrah Widowati	312
320	PENGARUH INTEGRITAS, KOMPETENSI, DAN BUDAYA KERJA TERHADAP KUALITAS KEHIDUPAN KERJA YANG BERDAMPAK PADA KOMITMEN ORGANISASIONAL APARAT PEMERIKSA INTERNAL PEMERINTAH DI INSPEKTORAT PROVINSI KALIMANTAN BARAT	Maria Christiana I. Kalis Rinie Olyvia	313
321	PENGEMBANGAN SENTRA BATIK BANYUMAS BERDASARKAN KAJIAN NIAT BERPERILAKU MASYARAKAT (THEORY OF PLANNED	Siti Zulaikha Wulandari Eling Purwanto Jati	314
322	PENGARUH UMUR PERUSAHAAN, EARNING PER SHARE, DEBT TO EQUITY RATIO, RETURN ON EQUITY, REPUTASI UNDERWRITER, DAN PERSENTASE PENAWARAN SAHAM TERHADAP UNDERPRICING PADA PERUSAHAAN YANG MELAKUKAN INITIAL PUBLIC OFFERING (IPO) TAHUN 2009-2015	Yeye Susilowati Nuraini Susi Susilowati	315
323	STRATEGI INTELLECTUAL CAPITAL DAN INOVASI MODEL BISNIS UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING INDUSTRI KREATIF Kota Medan	Kustoro Budiarta Andri Zainal	316
324	PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MIE INSTAN MEREK SAMYANG	Alexander Xavier Ika Suhartanti Darmo	317
325	ANALISIS PENGARUH CASH FLOW, FUND SIZE, EXPENSE RATIO, TURNOVER RATIO, DAN MARKET TIMING ABILITY TERHADAP KINERJA REKSADANA SAHAM	Dewi Anggraeni Andhi Wijayanto Moh. Khoiruddin	318
326	PENERAPAN STRATEGI BUNDLING SEBAGAI PEMBANDING TERHADAP KUALITAS PRODUK DAN KEPUASAN PELANGGAN	Intan W. Sakti Ratih Hurriyati	319
327	PENGARUH TRANSFORMASIONAL LEADERSHIP TERHADAP KINERJA KARYAWAN DENGAN PERILAKU KERJA PROAKTIF SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA PERUSAHAAN PASCA AKUISISI DI INDONESIA)	Intan Ratnawati	320
328	ANALISIS STRATEGI PENGHIMPUNAN DANA ZAKAT INFAK DAN SEDEKAH (Studi Kasus Lembaga Amil Zakat Umat Sejahtera Ponorogo)	Andi Triyawan Royyan Ramdhani Djayusman Mufti Afif	321
329	PERANCANGAN PEMBELAJARAN KEWIRAUSAHAAN BERBASIS KKNI	Dihin Septyanto I.Joko Dewanto	322

NO.ID	JUDUL	PENULIS	HLM
330	PENGARUH CAUSE PROXIMITY AKTIVITAS CSR TERHADAP CITRA BANK DAN DAMPAKNYA TERHADAP NIAT UNTUK MENJADI NASABAH BANK KALBAR	Barkah	323
331	ANALISIS PENGARUH TOLAK UKUR SOSIAL TERHADAP EKUITAS MEREK STUDI GENERASI MILLENIAL PEMAIN DOTA 2 DI KOTA PONTIANAK	Juniwati Leo Rizky Djoanda	324
332	STRATEGI EMPOWERMENT COMPETENCE OF HUMAN RESOURCES SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN PRODUKTIVITAS SEKTOR EKONOMI UMKM PANGKALPINANG	Dian Prihardini Wibawa Muhammad Tanggung Erwin	325
333	DAMPAK MODAL SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PENDANAAN DALAM MENGELOLA TEKANAN KEUANGAN (Studi Pada UMK Batik di Kota Semarang)	Suryakusuma K.H Siti Puryandani	326
334	PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, REPUTASI AUDITOR, KOMITE MANAJEMEN RISIKO, KOMISARIS INDEPENDEN, DAN KONSENTRASI KEPEMILIKAN TERHADAP PENGUNGKAPAN ENTERPRISE RISK MANAGEMENT	Listyorini Wahyu Widati Anggi Anindya Ramadhani	327
335	CORPORATE TURNAROUND PERUSAHAAN MANUFAKTUR DI NEGARA NEGARA ASEAN-5	Irene Rini Demi Pangestuti	328
336	ANTARA MANAJEMEN SUMBERDAYA MANUSIA, GLOBALISASI, DAN KEINTIMAN KEDUANYA	Andriyani	329
337	PENGUKURAN KEPUASAN SISTEM INFORMASI KEMITRAAN USAHA KECIL DAN MENENGAH PADA BUMN PENGELOLA PROGRAM KEMITRAAN DAN BINA LINGKUNGAN (Studi Kasus Pada Mitra Binaan di Kota Bandung)	Senny Handayani Saepudin Nirwan	330
338	CROWDFUNDING DAN PROBLEM INKLUSI KEUANGAN UMKM DI INDONESIA	Taofik Hidajat Ina Primiana Sulaeman R.Nidar Erie Febrian	331
339	PENGARUH KEPEMIMPINAN TRANSFORMASIONAL, BUDAYA ORGANISASI, SELF-EFFICACY DAN LOCUS OF CONTROL TERHADAP KINERJA KARYAWAN (Studi Empirik pada PT PLN Persero APJ Semarang)	Sri Rahayuningsih Askar Yunianto	332
340	DETERMINAN PENGUNGKAPAN MODAL INTELEKTUAL STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BEI	Nur Aini Yeye Susilowati Julia Elfika.L	333
341	PENGUATAN PERILAKU PRO LINGKUNGAN DI KAMPUS DENGAN KEPEMIMPINAN YANG BERORIENTASI LINGKUNGAN	Intan Novela Qa Adnan Effendi	334
342	ANALISIS LIKUIDITAS, SOLVABILITAS DAN AKTIVITAS PERUSAHAAN TERHADAP PROFITABILITAS PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR	Asri Nur Wahyuni Suryakusuma K.H	335
343	PERANAN LURAH DALAM PERENCANAAN WILAYAH DI KOTA BINJAI PROVINSI SUMATERA UTARA	Abdi Sugiarto Marlon Sihombing Sirojuzilam Endang Sulistya Rini	336
344	ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN, ORIENTASI PASAR, DAN STRATEGI BISNIS TERHADAP KINERJA BISNIS (Studi kasus pada UMKM di Semarang)	Rahmi Yuliana Yanti Pujiastuti	337
345	PENGARUH INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION TERHADAP KEPUASAN NASABAH YANG DIMEDIASI OLEH CITRA BANK SUMSEL BABEL	Muji Gunarto Abdullah Rasjid Rico Nugraha Putra	338
346	PENGARUH PERSEPSI HARGA, CITRA MEREK, KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN DAMPAKNYA PADA Loyalitas Pelanggan (Studi Empirik Pada Di Victoria Bandung)	Alimuddin Rizal Riva'i Indah Suryani	339

NO.ID	JUDUL	PENULIS	HLM
	LOYALITAS PELANGGAN (Studi Empiris Pada De Vintage Barbershop Semarang)	R.A.Marlien,Mm Endang Tjahjaningsih	
347	ANALISIS PENGARUH PUSH FACTOR DAN PULL FACTOR TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG KE PULAU PASUMPAHAN	Verinita Rimo Dewantara	340
348	PENGARUH KECERDASAN EMOSIONAL, KEPEMIMPINAN PELAYAN (SERVANT LEADERSHIP) DAN KEPUASAN KERJA TERHADAP KINERJA PADA DOSEN	Eldes Willy Filatrovi Rudi Suryo Kristanto Ahyar Yuniawan	341
349	FAKTOR DETERMINASI STRUKTUR MODAL DAN NILAI PERUSAHAAN (Studi Kasus Industri Manufaktur BEI 2013-2015)	Herry Subagyo Ana Kadarningsih	342
350	PENGARUH ROA, EPS DAN PER TERHADAP HARGA SAHAM PADA PERUSAHAAN SUB SEKTOR PERBANKAN DI BURSA EFEK INDONESIA	Kukuh Hadi Prayogo Etty Puji Lestari Zainur Hidayah	343
351	PENGARUH KETERLIBATAN KERJA DAN KEPUASAN KERJA TERHADAP TURNOVER INTENTION KARYAWAN (STUDI KASUS PADA PT SCTV)	Lia Amalia Agus Ramadani	344
352	CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN DAMPAKNYA PADA LOYALITAS PELANGGAN	Euis Soliha Sophiyanto Wuryan Suzy Widayarsi	345
353	PENGARUH STRUKTUR MODAL, PROFITABILITAS, UKURAN PERUSAHAAN DAN KEBIJAKAN DIVIDEN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2015)	Silmi Kaffah Bambang Sudiyatno	346
354	PENGARUH PERTUMBUHAN, STRUKTUR MODAL DAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP EARNING RESPONSE COEFFICIENT (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)	Titiek Suwarti Ceacilia Srimindarti Ema Widiastuti	347
355	PENGARUH PROPORSI DEWAN KOMISARIS INDEPENDEN, KOMITE AUDIT, UKURAN PERUSAHAAN DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2015)	Eko Mujiyanto Sunarto	348
356	PERAN BELANJA MODAL SEBAGAI VARIABEL INTERVENING DALAM PERTUMBUHAN EKONOMI DI PROPINSI BALI, NTB DAN NTT	Gregorius N. Masdjojo Alif Nuriyawan	349
357	KOMPETENSI MANAJERIAL AKAN MENINGKATKAN ORGANIZATIONAL CITIZENSHIP BEHAVIOR	Sih Darmi Astuti Kusni Insgih	350
358	ADOPSI INTERNET PARA WIRAUSAHA PEREMPUAN UNTUK MENINGKATKAN KINERJA PEMASARAN (STUDI KASUS BATIK TULIS PEWARNA ALAMI KEBON INDAH KLATEN)	Karis Widiatmoko Yohan Wismantoro Vincent Didiek Wiet Aryanto	351
359	DAMPAK WEBROOMING DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN BRANDED CLOTHING (STUDI PADA MASYARAKAT DOMISILI KOTA SALATIGA)	Meilani Kartikasari Eristia Lidia Paramita	352
360	PORTOFOLIO CROSS – ASSET CLASS EMAS DAN SAHAM DI INDONESIA : SUATU TINJAUAN STRATEGI HEDGING	Mesakh Prihanto Surya Putra Arpiani Dorkas Rambu Robiyanto Robiyanto	353
361	DIVIDEN, INVESMENT OPPORTUNITY SET, LEVERAGE DAN NILAI PERUSAHAAN PADA INDUSTRI MANUFACTUR DI INDONESIA	Eka Handriani	354
362	PERILAKU INVESTOR PADA PEMBENTUKAN HARGA SAHAM DENGAN ANALISA TRANSAKSIONAL	Rohmini Indah Lestari Kesi Widjajanti	355
363	CRITICAL MANAGEMENT STUDIES: TINJAUAN TEORI DAN KONTRIBUSI	Uswatun Chasanah M.Mathori	356
364	PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, LIKUIDITAS, PROFITABILITAS, LEVERAGE, UKURAN DEWAN KOMISARIS DAN KEPEMILIKAN	Dina Restuti Dewi Batara Daniel Bagana	357

NO.ID	JUDUL	PENULIS	HLM
	INSTITUSIONAL TERHADAP PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY	Maryono	
365	STRATEGI PENGEMBANGAN TENAGA KERJA LOKAL DI DAERAH KABUPATEN PEMEKARAN PADA 7 SEKTOR USAHA	Fitriaty	358
366	PENGARUH ABSENTEEISM DAN JOB ATTITUDE TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA PERUSAHAAN LEASING DI KOTA PADANG	Hendra Lukito M. Kurnia Utama	359
367	REAKSI PASAR SEBAGAI KONSEKUENSI INFORMASI KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN	Eka Bertuah	360
368	PERAN PSYCHOLOGICAL CAPITAL DAN PERSON – ORGANIZATION FIT TERHADAP KESIAPAN IGENERATIONS UNTUK BERUBAH	Christantius Dwiatmadja Yanuar Surya Putra	361
369	PENERAPAN RISK-BASED BANK RATING DALAM MENGUKUR TINGKAT KESEHATAN KOPERASI JASA KEUANGAN SYARIAH WANITA DI JAWA TENGAH	Astiwi Indriani Shoimatul Fitria	362
370	IMPLEMENTASI MODEL KOLABORASI PENGELOLAAN OBYEK WISATA ALAM BERBASIS ECOLOGICAL TOURISM	Giyah Yuliari Bambang Riyadi	363
371	PENGARUH KUALITAS PELAYANAN ONLINE DAN WORD OF MOUTH TERHADAP MINAT KONSUMEN PADA SITUS-SITUS TOKO ONLINE	Heru Tri Sutiono	364
372	PERAN KEPUASAN KERJA DALAM MEMEDIASI PENGARUH RELIGIUSITAS TERHADAP ORGANIZATIONAL CITIZENSHIP BEHAVIOR (OCB)	Yuni Siswanti Agus Haryadi	365
373	PELATIHAN PENGGUNAAN APLIKASI MICROSOFT WORD DALAM MENUNJANG KEGIATAN ADMINISTRASI DESA	Bambang Triputranto Supono Viridiandry Putratama	366
374	KEMAMPUAN RASIO FINANSIAL DIDALAM MEMPENGARUHI DAN MEMPREDIKSI FINANCIAL DISTRESS (KESULITAN KEUANGAN) PERUSAHAAN PERBANKAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA	Teguh Parmono Hadi Sri Sudarsi Achmad Badjuri	367
375	PENGARUH PENERAPAN FRAUD PENTAGON THEORY TERHADAP FINANCIAL STATEMENT FRAUD PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR DI INDONESIA 2013-2015	Alfa Vivianita Febrina Nafasati	368
376	PENGARUH TINGKAT KESEHATAN DENGAN MODEL RGEK, DAN TINGKAT EFISIENSI TERHADAP KINERJA BANK	Jacobus Widiatmoko Mg. Kentris Indarti Uky Megawati	369
377	PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SERTA DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN	Endang Tjahjaningsih Fendy	370
378	MODEL KEPUASAN PELANGGAN BERDASARKAN NILAI PELANGGAN (Studi Pada Pelanggan Bandeng Elrina Semarang)	R.A. Marlien Euis Soliha Erra Noviana	371

**PENGARUH VARIABEL EKONOMI MAKRO DAN KEUANGAN TERHADAP  
RISIKO SISTEMATIS INDUSTRI PERTANIAN YANG TERDAFTAR  
DI BURSA EFEK INDONESIA**

**Akhmad Sodikin, Ella Siti Chaeriyah, dan Devi Kristian**

ihin\_2007@Yahoo.co.id

prodi MM FE Unkris Jakarta

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui variabel makro ekonomi yang terdiri dari pertumbuhan ekonomi, kurs, dan inflasi dan variabel keuangan yang terdiri dari DOL, pertumbuhan aset dan hutang berpengaruh terhadap risiko sistematis pada saham industri pertanian yang terdaftar di Bursa efek Indonesia periode 2010 sampai 2013 secara simultan dan mengetahui pengaruh variabel tersebut secara parsial terhadap risiko sistematis. Data diambil dari *Indonesian capital market directory* (ICMD) tahun 2014, 2013, 2012 dan tahun 2011. Data tersebut kemudian dianalisis dengan menggunakan analisis data panel dengan menggunakan model fixed effect. Penggunaan *analisis pooled regression* biasa mengandung banyak kekurangan karena menganggap bahwa intercept dan slope coefficient dianggap konstan. Asumsi ini dianggap terlalu tinggi. Berdasarkan pada analisis data diketahui bahwa Variabel makro ekonomi yang terdiri dari pertumbuhan ekonomi, kurs, dan inflasi dan variabel keuangan yang terdiri dari DOL, pertumbuhan aset dan hutang berpengaruh terhadap risiko sistematis pada saham industri pertanian yang terdaftar di Bursa efek Indonesia periode 2010 sampai 2013 secara simultan. Sedangkan secara parsial hanya variabel inflasi yang tidak berpengaruh terhadap risiko sistematis saham tersebut. Nilai t statistik untuk variabel tersebut adalah -1,21 dengan probabilitas sebesar 0,23 atau lebih besar dari 0,05.

**Kata kunci:** pertumbuhan ekonomi, kurs, inflasi, DOL, pertumbuhan aset, hutang, risiko sistematis

**ABSTRACT**

*This study aims to determine the macroeconomic variables comprising economic growth, exchange rate, and inflation and financial variables consisting of DOL, the growth of assets and liabilities affect the systemic risk in the shares of the agricultural industry are listed on the Indonesian Stock Exchange period 2010 to 2013 simultaneously and determine the influence of these variables partially to systematic risk. Data were taken from the Indonesian capital market directory (ICMD) 2014, 2013, 2012 and 2011. The data are then analyzed using panel data analysis using a fixed effect model. The use of ordinary regression analysis of pooled contains many flaws because it considers that the intercept and slope coefficient is considered constant. This assumption is considered too high. Based on the analysis of the data found that the variable macroeconomic comprising economic growth, exchange rate, and inflation and financial variables consisting of DOL, the growth of assets and liabilities affect the systemic risk in the shares of the agricultural industry are listed on the Indonesian Stock Exchange period 2010 to 2013 are simultaneously. While partially only variable inflation does not affect the systematic risk of the stock. Value t statistic for these variables is -1.21 with a probability of 0.23 or greater than 0.05.*

**keywords:** economic growth, exchange, inflation, DOL, asset growth, debt ratio, systematic risk

**ANALISA DAMPAK EKONOMI, SOSIAL, LINGKUNGAN TERHADAP  
PENGEMBANGAN OBJEK WISATA BANYU BIRU  
DI DESA SUMBEREJO, WINONG, PASURUAN JATIM**

**As'at Rizal, Sumartik, dan Zulfikar M.R**

E-mail : asatrizal@gmail.com

Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Muhammadiyah, Sidoarjo  
Jl. Mojopahit 666 B Sidoarjo, Indonesia

**ABSTRAK**

Pariwisata merupakan salah satu sektor untuk meningkatkan pendapatan asli daerah (PAD). Keberadaan objek wisata memberikan dampak pada masyarakat lokal yang area objek wisata. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan Analisa dampak ekonomi, sosial, lingkungan terhadap pengembangan objek wisata Banyu Biru di Desa Sumberrejo, Winongan, Pasuruan Jatim. Alat analisis menggunakan kuesioner dengan sampel 61 responden *stakeholder* dimana menghasilkan nilai R 0.961, menunjukkan hubungan antara dua variabel adalah kuat, ditandai dengan nilai R<sup>2</sup> sebesar 0.923 atau 92,3%, sehingga dampak ekonomi, sosial dan lingkungan dapat menjelaskan pengembangan objek wisata banyu biru 7.7% dijelaskan oleh variabel lain. Berdasarkan hasil uji F variabel dampak ekonomi, sosial dan lingkungan berpengaruh signifikan terhadap pengembangan objek wisata dibuktikan dari hasil nilai *F* hitung sebesar 227.659 dan *F* tabel sebesar 2.77 pada tingkat signifikansi sebesar 0.000 (0%) atau lebih kecil dari 5%.. hasil uji *t* menyebutkan dampak ekonomiparsial berpengaruh signifikan terhadap pengembangan objek wisatadengan nilai *t* hitung sebesar 1.735 atau 17.35% lebih kecil dari *t* tabel sebesar 1.672 dengan nilai signifikansi sebesar 0.088. sosialsecara parsial berpengaruh signifikan terhadap pengembangan objek wisata dengan nilai *t* hitung sebesar 2.280 atau 22.80% lebih kecil dari *t* tabel sebesar 1.672 dengan nilai signifikansi sebesar 0.026. lingkungansecara parsial berpengaruh signifikan terhadap pengembangan objek wisatadengan nilai *t* hitung sebesar 12.188 atau 121.88% lebih besar dari *t* tabel sebesar 1.672 dengan tingkat signifikansi sebesar 0.000. variabel lingkungan yang paling signifikan terhadap pengembangan objek wisata dengan nilai *t* hitung paling tinggi yaitu 12.188 atau 121.88% dengan tingkat signifikan 0.000.

**Kata kunci** :Dampak Ekonomi, Sosial, Lingkungan, Objek Wisata

# MODEL PENDAMPINGAN EKONOMI KREATIF PARIWISATA SECARA INTEGRATIF UNTUK MENINGKATKAN KEPATUHAN WAJIB PAJAK

**Jeni Susyanti**

jeni@adconsulting.co.id, jenisusyanti@unisma.ac.id  
Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Malang

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah mengetahui model pendampingan ekonomi kreatif, identifikasi share perolehan pendapatan, action pelatihan perpajakan. Penelitian ini termasuk penelitian diskriptif penelitian dengan menggunakan metode kualitatif. Untuk menganalisis data peneliti menggunakan teori Miles dan Huberman melalui reduksi data, penyajian data, menarik kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan perlu dilakukan pendampingan pelaku bisnis ekonomi kreatif dibidang akuntansi dan perpajakan secara integratif dengan model *triple helix*. Terdapat share perolehan pendapatan. Action ekspansi pelatihan perpajakan, untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Uji coba model dilakukan dengan analisis pada aspek pencatatan, pembukuan usaha, pemenuhan kewajiban perpajakan. Perlu dilakukan action model *quad helix* bagi pendampingan ekonomi kreatif.

**Kata kunci:** model integratif, ekonomi kreatif, pajak.

## ABSTRACT

*The purpose of this research to know the model of creative economic assistance, identification of income share, tax training action. This research includes descriptive research research using qualitative methods. To analyze the data of researchers using Miles and Huberman theory through data reduction, data presentation, draw conclusions. The result of the research shows that it is necessary to assist the business of creative economy in the field of accounting and taxation in integrative with triple helix model. There is a share of revenue earned. Action expansion of tax training, to improve taxpayer compliance. Model test is done by analysis on aspect of recording, business bookkeeping, fulfillment of tax obligation. A quad helix action model is required for creative economic assistance.*

**keywords:** integrative model, creative economic, tax



**ANALISIS FAKTOR KUALITAS DESTINASI WISATA, KEPUASAN  
WISATAWAN DAN PENGARUHNYA TERHADAP LOYALITAS WISATAWAN  
(Studi Penelitian Pada World's Best Halal Destination, West Sumatera, Indonesia)**

**Dorothy Rouly Haratua Pandjaitan**

dorothy\_rouly@yahoo.com atau dorothy.rouly81@gmail.com

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Lampung

**ABSTRACT**

**Purpose** - This paper aims to describe the empirical study of the analysis of the quality factor of tourist destinations, tourist satisfaction and loyalty effect on the traveler (Research Study On The World's Best Destination Halal, West Sumatra, Indonesia).

**Methodology** - The tools used to collect information on this research is a survey that aimed to tourists visiting the West Sumatra as a tourist destination is lawful and is used to describe the behavior of the tourists on the quality of tourist destinations, tourist satisfaction and their loyalty to the tourist destinations halal, West Sumatra, Indonesia.

**Findings** - The findings in this paper confirm that the quality of tourist destinations and the ability to maintain the satisfaction of tourists conducted by the manager of a tourist halal destination, West Sumatra is able to make a major contribution to the creation of loyalty rating of the services they offer and this will have a positive influence for business continuity halal travel destination, West Sumatra.

**Limitation** - the main limitation of this study is that the sample used only in one area only and only tested without considering variables in addition to the quality of tourist destinations, tourist satisfaction and loyalty rating. More study is needed on the concept of marketing with specific segmentations.

**Practical Implication** - From this journal can be concluded that, marketing of halal travel destinations will be developed more widely if it can be improved the quality of tourism destinations and tourism promotion.

**Social Implication** – In this journal, there are findings that kind of halal tourism become a new trend at this time because there is a huge potential for halal tourism from an economic standpoint. The market share target is large enough, especially from foreign tourists, especially from the Middle East. Based on that managers should pay more attention to the strategies they use to the tourists interested to come visit one of the best destinations in the world halal.

**keywords:** Halal Destination Tourism, Quality of Halal Destination Tourism, Tourists Satisfaction, Tourists Loyalty

**PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS  
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN  
(Studi kasus Supermarket Super Indo Pulomas, Jakarta Timur)**

**Imelda Aprileny dan Eko Sutrisno**  
iaprieny@gmail.com  
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI)

**ABSTRACT**

*The purpose of this study was to determine the effect of variety product, perceptions of price and quality of service to consumers' purchase decisions. This research was conducted in Superindo Supermarket Branch Pulomas East Jakarta. Research strategy conducted in this study is a strategy casual research. research that aims to determine the influence of a minimum of two or more variables and look for cause and effect. The research method used in this study is a questionnaire research method in which the data obtained through questionnaires and data collected from the question with a sample size of 100 people. The sampling method used in this research is purposive sampling. Based on the calculation, the regression constants get 2,378,  $b_1$  0,012,  $b_2$  0.644  $b_3$  0.281 on the determinant coefficient (KD) obtained  $R^2$  (R Square) of 0.796 or (79.6%). While the remaining 20.4% influenced or explained by other variables not included in this research model. From the results of hypothesis testing t test partial obtained  $X_1$  and  $Y$   $t < t$  table (0.102 < 1.985), then  $H_0$  is accepted or  $H_a$  rejected,  $X_2$  and  $Y$   $t > t$  table (7.164 > 1.985), then  $H_0$  refused or  $H_a$  accepted,  $X_3$  and  $Y$   $t$  count >  $t$  table (5.151 > 1.985), then  $H_0$  refused or  $H_a$  accepted by 5%, in Test F simultaneously between product diversity, perceptions of price and quality of service can be concluded that the value of F count > F table (125.115 > 2,699 ) conclusion then  $H_0$  refused or  $H_a$  accepted that, partially and simultaneously a positive and significant impact.*

**keywords:** *Variety Product, Price Perception, Quality of Service, Consumer purchasing decisions*

# PENGEMBANGAN MODEL RANTAI NILAI INDUSTRI MINYAK KAKAO UNTUK MENINGKATKAN NILAI TAMBAH BERKELANJUTAN

**Sudirman Zaid, Dedy Takdir Syaefuddin, dan Halim**

e-mail: sudirman\_zaid@yahoo.com

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Halu Oleo  
Gedung Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Kampus Bumi Tridharma Universitas Halu Oleo  
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Halu Oleo

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk melakukan pengembangan model rantai nilai industri minyak kakao di kawasan simpul komoditas kakao Kabupaten Kolaka Utara Provinsi Sulawesi Tenggara agar dapat meningkatkan nilai tambah usaha secara berkelanjutan. Penelitian ini dilaksanakan pada 4 (empat) wilayah kecamatan pada kawasan simpul komoditas kakao di Kabupaten Kolaka Utara, yakni; Kecamatan Pakue, Pakue Tengah, Pakue Utara, dan Batu Putih, dimana pada masing-masing wilayah kecamatan ditetapkan sampel sebanyak 25 responden melalui tehnik *purposive sampling*, sehingga total responden adalah sebanyak 100 responden. Analisis yang digunakan adalah *Activity Based Costing* (ABC) dan *Focus Group Discussion* (FGD) serta Metode Hayami. Hasil penelitian menunjukkan bahwa model pengembangan rantai nilai industri minyak kakao yang dihasilkan diproyeksikan dapat; (1) meningkatkan harga jual produk, (2) menurunkan harga beli bahan baku utama (biji kakao kering), (3) menurunkan biaya untuk sumbangan input lainnya, (4) meningkatkan nilai output, (5) meningkatkan nilai tambah produk, (6) meningkatkan keuntungan, (7) meningkatkan margin keuntungan, dan (8) menurunkan porsi margin atas balas jasa faktor produksi tenaga kerja.

**Kata kunci:** Pengembangan Model, Rantai Nilai, Nilai Tambah, *Activity Based Costing*, Metode Hayami.

## ABSTRACT

*This research aims to develop the cocoa oil industry value chain model in the cocoa commodity node of North Kolaka Regency of Southeast Sulawesi Province in order to increase the added value of the business sustainably. This research was conducted at 4 (four) districts in the cocoa commodity node in North Kolaka Regency, i.e.; Pakue subdistrict, Pakue Tengah subdistrict, Pakue Utara subdistrict, and Batu Putih subdistrict, where in each of the districts assigned a sample of 25 respondents using purposive sampling technique, therefore the total respondents were 100 respondents. The analysis used is Activity Based Costing (ABC) and Focus Group Discussion (FGD) and Hayami method. The results showed that the development model of cocoa oil industry value chain produced is projected to; (1) increase the selling price of products, (2) lower the purchase price of the main raw materials (dried cocoa beans), (3) reduce the costs of other inputs contribution, (4) increasing the value of output, (5) increasing the value-added products, (6) increase profits, (7) increase profit margins, and (8) reduces the margin portion of remuneration for labor factors of production.*

**keywords:** Model Development, Value Chain, Value Added, Activity Based Costing, Hayami method.

**ANALISIS *FINANCIAL DISTRESS* DENGAN *ACCOUNTING RATIO* DAN  
*FORECASTING BANKRUPCY* TERHADAP PERUSAHAAN  
PERBANKAN *GO PUBLIC* DI INDONESIA  
(Studi Empiris : Perusahaan Perbankan Go Public Bursa Efek Indonesia  
tahun 2010 - 2014)**

**Rihardhiy Nariswari Putri dan Djuminah**

Email : dhinyariswari@gmail.com

Magister Manajemen Keuangan, Universitas Sebelas Maret

**ABSTRAKSI**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis prediksi tingkat kebangkrutan dengan metode Altman Z Score pada perusahaan perbankan yang *Go Public* selama tahun 2010-2014, prediksi performa dengan menggunakan *intellectual capital* pada perusahaan yang *Go Public* selama tahun 2010-2014 dan pengaruh antara *intellectual capital* terhadap resiko kebangkrutan pada perusahaan *Go Public* perbankan selama tahun 2010-2014. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif untuk mengetahui pengaruh langsungnya. Sementara itu, untuk menganalisis resiko kebangkrutan menggunakan Altman Z-Score dan untuk menganalisis *intellectual capital*nya menggunakan VAIC. Hasil Penelitian ini adalah a) Selama tahun 2010 – 2014 rata-rata perbankan yang terindikasi bangkrut 43,45%, abu-abu 50,34%, dan tidak bangkrut 6,21%. b) Nilai rata-rata *intellectual capital* pada tahun 2010-2014 dengan kategori top sebanyak 24,14%, good sebanyak 38,62%, common sebanyak 28,28 % dan bad sebanyak 8,97%. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa *intellectual capital* perbankan di Indonesia relative baik untuk mendukung kinerja perusahaan. c) Terdapat pengaruh negative yang signifikan antara *intellectual capital* terhadap resiko kebangkrutan.

**Kata kunci:** Kebangkrutan, *Intellectual Capital*

**PENGARUH FAKTOR KEPERIBADIAN DAN PENDIDIKAN  
KEWIRAUSAHAAN TERHADAP INTENSI BERWIRAUSAHA PADA  
MAHASISWA D3 EKONOMI  
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**Maisaroh dan Arief Darmawan**

maisaroh@uii.ac.id

Program D III Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia

**ABSTRACT**

*This research tried to examine the relationship between personal factor and entrepreneurship education to entrepreneurship intention at students of Economics, Diploma Degree Islamic University of Indonesia. Entrepreneurship education is defined as education that aims to increase knowledge and influence attitudes about entrepreneurship that will create intention. To describe and measure entrepreneurship education, researchers used the concept of theory of planned behavior, which states three function variables are attitude toward the behavior (attitudes), subjective norm, and perceived behavioral control. Personal factor is predicted by two variables, here are achievement motivation variable, and self efficacy. Entrepreneurial intention is defined as the belief that someone recognized that they intend to set up and run a new business plan that made the conscious in the future. By using a data sample of 75 students at students of Economics Diploma Degree Islamic University of Indonesia who were taking courses in entrepreneurship education, researchers tried to analyze data used path analysis and data processing used SPSS 17. The research revealed that, based on the calculation of the path coefficients for the independent and the dependent variables produced path model as  $Y = 0,414 X1 + 0,260 X4 + 0,254 X5 + \rho_y\epsilon$ . The F test result indicates that the model is significant, it means that simultaneously there is an influence between attitudes, self efficacy, and achievement motivation on entrepreneurial intentions. Beside that, research finding show that sequentially both three variables are have positive and significant influence to entrepreneurial intentions. While subjective norm and control of behavior are not have impact to entrepreneurial intention.*

**keywords** : *Entrepreneurship education, attitudes, subjective norm, control of behavior, self efficacy, and achievement motivation on entrepreneurial intentions*

# **PENGARUH MODAL INTELEKTUAL TERHADAP PROFITABILITAS PERUSAHAAN DALAM MENGHADAPI ERA PERSAINGAN BEBAS**

**Rosemarie Sutjiati**

Rosemarie.sutjiati@yahoo.com  
Fakultas Manajemen, Universitas Kristen Maranatha

## **ABSTRAK**

Perusahaan dibentuk untuk meningkatkan kekayaan para pemegang saham dengan cara meningkatkan nilainya. Untuk mencapai hal tersebut maka perusahaan perlu dikelola dengan menggunakan berbagai praktik manajemen yang teruji termasuk diantaranya praktik manajemen keuangan. Hal ini sudah dilaksanakan oleh banyak perusahaan di seluruh dunia namun masih banyak perusahaan tersebut yang mengalami kejatuhan. Para ahli menemukan bahwa masih ada faktor-faktor lain di luar faktor fisik yang berkontribusi terhadap kesuksesan sebuah perusahaan. Faktor ini disebut modal intelektual yang dalam ilmu akuntansi dinamai aset tak berwujud. Banyak yang setuju bahwa modal intelektual memang memiliki pengaruh pada keberhasilan sebuah perusahaan Namun masih ada berbagai hal yang tidak jelas yang mempertanyakan bagaimana seharusnya aset ini ditentukan, diukur dan dikelola. Penelitian ini berupaya untuk memeriksa berbagai macam hal yang berkaitan dengan modal intelektual ini dan bagaimana kaitannya dengan keberhasilan sebuah perusahaan dalam era persaingan yang semakin meningkat terutama di wilayah ASEAN.

**Kata kunci:** Modal intelektual, manajemen dan daya saing

## **ABSTRACT**

*A company is created to successfully raise its shareholder wealth mostly by improving its own values. In order to do that an be successful, the company needs to be well managed using various proven management practice included financial management practices. This has been done by many companies around the world only to find that some of them are still failing. Experts around the world find that there are other factors outside physical factor that contribute to the success of a company. This known as intellectual capital is long named as intangible assets in accounting though the definition seems getting broader by time. Although there are mutual agreement that intellectual capital surely have its effect to a company. The are still mist surrounding intellectual capital that question how this assets is determined, measured and managed. This paper tries to examines varous dynamics connected to this intellectual capital and connect it to the success of company in an increasing competitive era especially in ASEAN region.*

**keywords:** *Intellectual capital, management and competitiveness*

# KETERKAITAN KEPUTUSAN INVESTASI, KEPUTUSAN PENDANAAN DAN KEBIJAKAN DIVIDEN PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR DI INDONESIA

Triasesiarta Nur  
tria.s@ibn.ac.id  
Institut Bisnis Nusantara

## ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini untuk mempelajari bagaimana 3(tiga) keputusan keuangan perusahaan, yakni keputusan pendanaan, keputusan investasi dan kebijakan dividen saling mempengaruhi. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 128 perusahaan manufaktur pada periode 2012-2016, atau sebanyak 640 observasi . Pengujian hipotesis menggunakan 3 (tiga) model regresi berganda, dengan menerapkan analisis data panel., disertai dengan uji Kausalitas *Granger*. Model keputusan pendanaan untuk melihat pengaruh keputusan investasi dan kebijakan dividen terhadap keputusan pendanaan. Sementara model kebijakan dividen untuk melihat pengaruh keputusan pendanaan dan keputusan investasi terhadap kebijakan dividen. Sedangkan model Keputusan Investasi adalah untuk melihat pengaruh keputusan pendanaan dan kebijakan dividen terhadap keputusan investasi. Dari hasil penelitian ditemukan bahwa dengan memperhitungkan keberadaan beberapa variabel kontrol, maka keputusan investasi berpengaruh positif dan signifikan baik terhadap keputusan pendanaan maupun kebijakan dividen. Keputusan pendanaan tidak berpengaruh signifikan baik terhadap keputusan investasi maupun terhadap kebijakan dividen. Kebijakan dividen berpengaruh positif terhadap keputusan investasi namun tidak berpengaruh terhadap keputusan pendanaan. Hasil pengujian ketiga model konsisten dengan uji Kausalitas *Granger*.

**Kata kunci:** Keputusan keuangan, keputusan investasi, keputusan pendanaan, kebijakan dividen, data panel *price book value, debt to total asset, dividend payout ratio*, kausalitas *Granger*

## ABSTRACT

*The purpose of this study is to study how 3 (three) financial decisions of the company, namely funding decisions, investment decisions and dividend policies affect each other. The number of samples used as many as 128 manufacturing companies in the period 2012-2016, or as many as 640 observations. Hypothesis testing uses 3 (three) multiple regression models, by applying panel data analysis, accompanied by Granger Causality test. Model of funding decisions to see the effect of investment decisions and dividend policy on funding decisions. While the model of dividend policy to explore the effect of funding decisions and investment decisions on dividend policy. While the Investment Decision model is to see the effect of funding decision and dividend policy on investment decision. From the result of the research, it is found that by taking into account the existence of several control variables, the investment decision has a positive and significant effect on both funding decision and dividend policy. Funding decisions have no significant effect either on investment decisions or on dividend policy. Dividend policy has a positive effect on investment decisions but has no effect on funding decisions. The test results of all three models are consistent with the Granger Causality test*

**keywords:** *Financial decisions, investment decisions, funding decisions, dividend policies, panel data, Financial decisions, investment decisions, funding decisions, dividend policies, panel data, Granger Causality test*

# ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT BELI TIKET PESAWAT TERBANG SECARA ONLINE (*E-TICKETING*) DI INDONESIA

Asmai Ishak<sup>1</sup>, Anas Hidayat, dan Alldila N. A. Setyaning

Asmai.ishak@uii.ac.id, Hidayatanas@gmail.com, dilanadhira185@gmail.com.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universtas Islam Indonesia

## ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis hubungan antara variabel jejaring sosial virtual, distorsi waktu, kepercayaan, dan EWOM positif terhadap niat beli tiket pesawat terbang secara online di Indonesia, di mana kesadaran harga menjadi variabel moderasi. Teknik pengambilan sampel dilakukan menggunakan teknik convenient sampling dengan jumlah 200 responden. Data kemudian dianalisis dengan menggunakan analisis Structural Equation Modelling (SEM) dan model regresi moderasi dengan menggunakan alat SPSS dan AMOS. Hasil penelitian ini menemukan bahwa terdapat hasil positif dan signifikan pada jejaring sosial, distorsi waktu, dan kepercayaan terhadap EWOM positif. Ditemukan juga hubungan yang sama terhadap EWOM positif dengan niat beli konsumen. Hasil moderasi kesadaran harga terhadap hubungan antara EWOM positif dan niat beli tiket pesawat terbang secara online berpengaruh negatif namun tidak signifikan.

**Kata kunci:** Jejaring Sosial Virtual, Distorsi Waktu, Kepercayaan, EWOM Positif, Niat Beli, dan Kesadaran Harga.

## ABSTRACT

*The purpose of this research to analyze the effect of virtual social network, time distortion, trust, and positif EWOM on flight e-Ticketing purchase intentions in Indonesia, price consciousness as a moderating variable. Sampling method is using convenient sampling method, requires 200 respondents. The data was anakyzed with Structural Equation Modelling (SEM)and moderated regression analysis with the helping of SPSS and AMOS software. The result of this study found that there are positif and significant result of virtual social network, time distortion, and trust on EWOM positif. In addition, there is a positif relationship between positif and consumers' purchase intentions as well. The result of the moderating variable is, there is a negative and not significant relationship between price consciousness variable and purchase intentions variable.*

**keywords:** *Virtual Social Network, Time Distortion, Trust, Positif EWOM, Purchase Intention, and Price Consciousness.*



# **SOCIAL ENTREPRENEURSHIP DAN EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP CORPORATE IMAGE PADA WARUNG KOPI KIWARI BANDUNG**

**Mohamad Hadi Prasetyo dan Aep Saepudin**

hadi.p@ekuitas.ac.id

Program Studi S1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Ekuitas Bandung

## **ABSTRAK**

Jumlah wirausaha di Indonesia masih terbilang cukup rendah dibandingkan dengan negara di Asia. Upaya untuk meningkatkan jumlah wirausaha harus terus dilakukan untuk membawa kemajuan ekonomi pada suatu negara. Dalam proses perkembangannya diperlukan juga upaya untuk meningkatkan rasa kepedulian terhadap masalah sosial. Konsep kewirausahaan yang memadukan aktifitas bisnis dan aktifitas sosial serta memiliki tujuan untuk memecahkan masalah sosial dikenal dengan istilah *Social Entrepreneurship*. Objek yang dipilih dalam penelitian ini adalah Warung Kopi Kiwari. Kedai ini termasuk pada *Social Entrepreneurship* dan melakukan strategi pemasaran untuk meningkatkan pengalaman. Hal tersebut dipilih karena melihat perkembangan yang pesat pada bisnis kopi. Dalam persaingan bisnis yang ketat, pastinya setiap wirausahawan sosial perlu memikirkan cara agar usahanya tetap berjalan dan tujuan untuk memecahkan masalah sosial dapat tercapai. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Social Entrepreneurship* dan *Experiential Marketing* terhadap *Corporate Image* Pada Warung Kopi Kiwari Bandung. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dengan sampel sebanyak 100 orang responden. Analisis data menggunakan analisis jalur. Hasil penelitian membuktikan bahwa *Social Entrepreneurship* dan *Experiential Marketing* secara parsial dan simultan berpengaruh terhadap *Corporate Image* dengan nilai koefisien jalur pada variabel *Social Entrepreneurship* sebesar 30,1% dan *Experiential Marketing* sebesar 59,9% serta nilai probabilitas dibawah 5%.

**Kata kunci:** Kewirausahaan Sosial, *Experiential Marketing* dan *Corporate Image*

## **ABSTRACT**

*The number of entrepreneurs in Indonesia is still quite low compared to countries in Asia. Efforts to increase the number of entrepreneurs should continue to bring economic progress to a country. In the process of development is also needed efforts to increase a sense of concern for social problems. The concept of entrepreneurship that combines business activities and social activities and has a goal to solve social problems known as the term Social Entrepreneurship. The object chosen in this research is Warung Kopi Kiwari. This store belongs to Social Entrepreneurship and engages in marketing strategies to enhance the experience. It was chosen because it saw a rapid growth in the coffee business. In a tight business competition, certainly every social entrepreneur needs to think about ways to keep his business running and the goal to solve social problems can be achieved. The purpose of this study is to determine the influence of Social Entrepreneurship and Experiential Marketing toward Corporate Image on Warung Kopi Kiwari Bandung. Data collection was done through questionnaires with a sample of 100 respondents. Data analysis using path analysis. The results showed that Social Entrepreneurship and Experiential Marketing partially and simultaneously affect Corporate Image with standardized coefficient on Social Entrepreneurship variable of 30.1% and Experiential Marketing of 59.9% and probability value below 5%.*

**keywords:** *Social Entrepreneurship, Experiential Marketing and Corporate Image*

**PENGARUH *STORE ENVIRONMENT* TERHADAP *PURCHASE INTENTION*  
DAN *POSITIVE EMOTION*  
(Studi Kasus Untuk Konsumen *Hypermarket* di Yogyakarta)**

**Lisa Astuti dan Miswanto**  
STIE YKPN Yogyakarta)

***ABSTRACT***

*This research examines the effect of store environment to purchase intention and positive emotion on the consumer hypermarkets in Yogyakarta. Selection of the sample in this study is done by using purposive sampling with criteria hypermarket consumers who visited or shop at hypermarkets in Yogyakarta within the last month. Collecting data using questionnaires and 200 consumers hypermarket in Yogyakarta were respondents in this study. Data analysis was performed using regression analysis with SPSS 23. The results showed that the store image, store atmosphere, and positive emotion positive effect on purchase intention. Store image, store atmosphere and store theatrics positive effect on emotion*

***keywords:*** *store image, store atmosphere, store theatrics, purchase intention, positive emotion*

**PERAN MAINTENANCE DAN QUALITY CONTROL  
PADA KUALITAS PRODUK KERAJINAN KAYU DI KECAMATAN  
TEGALALANG GIANYAR**

**Ni Ketut Purnawati, Ni ketut Seminari, dan Kastawan Mandala**  
Madepurnawati61@gmail  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis-Universitas Udayana

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran maintenance dan quality control terhadap kualitas produk-produk kerajinan kayu di Kecamatan Tegalalang Gianyar. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian adalah seluruh pengerajin dan konsumen, dengan mengambil sampel sebanyak 180 orang, masing-masing 90 pengerajin dan 90 konsumen secara snowball sampling. Data dikumpulkan dengan metode kuisisioner dari para pengerajin dan konsumen serta mewawancarai beberapa pengerajin tentang jenis-jenis mesin dan cara pengawasan kualitas produk. Teknik analisis data menggunakan teknik regresi linear berganda dan uji t untuk mengetahui seberapa penting peran maintenance dan quality control dalam meningkatkan kualitas produk. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Maintenance dan Quality Control berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas produk kerajinan kayu di Kecamatan Tegalalang Gianyar

**Kata kunci :** *Maintenance, Quality Control, Kualitas Produk*

**ABSTRACT**

*This study aims to determine the role of maintenance and quality control on the quality of woodcraft products in Tegalalang District Gianyar. This research uses quantitative approach. The study population is all craftsmen and consumers, taking samples of 180 people, each 90 craftsmen and 90 consumers in snowball sampling. Data were collected by questionnaire method from craftsmen and consumers and interviewed some craftsmen about types of machines and product quality control. . Data analysis technique using multiple linear regression technique and t test to know how important role of maintenance and quality control in improving product quality .The results showed that Maintenance and Quality Control have positive and significant impact on the quality of wooden handicraft products in Tegalalang Gianyar.*

**keywords:** *Maintenance, Quality Control, Product Quality*

**PENGARUH KOMPENSASI TERHADAP KEPUASAN KERJA DAN  
COUNTERPRODUCTIVE WORK BEHAVIOUR: STUDI PADA ORGANISASI  
PUBLIK DI BALI**

**Ni Komang Ayu Widiani dan Agoes Ganesha Rahyuda**

agoesgrahyuda@unud.ac.id

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Udayana

**ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kompensasi terhadap *counterproductive work behaviour* dengan mediasi kepuasan kerja pada organisasi publik di Bali. Sampel yang diambil sebanyak 148 responden, dengan metode probability sampling, khususnya *proportionate random sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner dengan menggunakan skala likert 5 poin untuk mengukur 24 item pernyataan. Teknik analisis yang digunakan adalah Path Analysis. Hasil analisis menunjukkan bahwa kompensasi berpengaruh negatif terhadap *counterproductive work behaviour*, kompensasi berpengaruh positif terhadap kepuasan kerja, kepuasan kerja berpengaruh negatif terhadap *counterproductive work behaviour*, serta penelitian ini juga menemukan bahwa kompensasi berpengaruh terhadap *counterproductive work behaviour* secara tidak langsung melalui kepuasan kerja.

**Kata kunci:** Kompensasi, kepuasan kerja, *counterproductive work behaviour*, organisasi publik

**ABSTRACT**

*The purpose of this study to determine the effect of compensation on counterproductive work behavior with mediation of job satisfaction in public organizations in Bali. Samples taken as many as 148 respondents, with probability sampling method, especially proportionate random sampling. The data was collected by distributing questionnaires using a 5-point likert scale to measure 24 statement items. The analysis technique used is Path Analysis. The result of analysis shows that compensation negatively affect counterproductive work behavior, compensation has positive effect on job satisfaction, job satisfaction negatively affects counterproductive work behavior, and this research also found that compensation influence counterproductive work behavior indirectly through job satisfaction.*

**keywords:** *Compensation, job satisfaction, counterproductive work behavior, public organization*

# PENGARUH LIKUIDITAS DAN *LEVERAGE* TERHADAP KEPUTUSAN *HEDGING* PADA PERUSAHAAN *FOOD AND BEVERAGE* DI BEI

Putu Ayu Winda Diatmini dan Ni Putu Santi Suryantini

santisuryantini@gmail.com

<sup>1,2</sup>Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Udayana

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui signifikansi pengaruh likuiditas dan *leverage* terhadap keputusan *hedging* pada perusahaan *food and beverage* PT Bursa Efek Indonesia. *Hedging* merupakan suatu strategi yang dilakukan untuk mengurangi atau meniadakan risiko pada suatu investasi. *Hedging* dapat dilakukan dengan menggunakan instrumen derivatif. Derivatif merupakan kontrak perjanjian antara dua belah pihak untuk menjual atau membeli sejumlah barang dengan harga yang telah disepakati saat ini. Keputusan *hedging* di pengaruhi oleh likuiditas dan *leverage*. Penelitian ini menggunakan perusahaan *food and beverage* di Bursa Efek Indonesia sebagai sampel penelitian dengan jumlah sebanyak 12 perusahaan *food and beverage* yang ditarik dengan metode *purposive sampling*. Data yang digunakan adalah data sekunder. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi logistik. Berdasarkan hasil analisis ditemukan bahwa likuiditas dan *leverage* berpengaruh positif tidak signifikan terhadap keputusan *hedging*.

**Kata kunci :** *Likuiditas, Leverage, dan Hedging*

## ABSTRACT

*The purpose of this research is to know the influence and significantly of liquidity and leverage to decision of hedging at food and beverage company in Indonesian Stock Exchange. Hedging represent a strategy conducted to lessen or eliminating a risk in the investement. Hedging can be done by using instrument of derivatif. Derivatif represent a contract between both of sides which has a purpose to sell or buy goods at the price of which have been agreed. This Research using the food and beverage company in Indonesia Stock Exchange as sampel with amount of 12 company of pulled food and beverage. That sampel obtained with using a purposive sampling method, and the analys using the secunder data and analysis of regresi logistics in the analisys technique. Pursuant to result of analysis founding that likuiditas and leverage have a positive effect and unsignifican to decision of hedging.*

**keywords :** *Likuidity, Leverage, and Hedging*

# DAMPAK GLOBALISASI PASAR DAN PRODUKSI: DITENGAH LINGKUNGAN BISNIS NASIONAL

A.A.G Agung Artha Kusuma dan KM Agus Satria Pramudana  
arthak1007@gmail.com  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Udayana, Bali - Indonesia

## ABSTRAK

Pergeseran fundamental telah terjadi di dunia ekonomi dan bisnis, antar Negara mengelompok, mengintegrasikan ekonomi dan politiknya untuk menumbuhkan ekonomi melalui pembebasan aliran perdagangan dan investasi. Situasi ini mendorong terbukanya pasar baru yang semakin luas serta akses bagi produsen terhadap sumber daya produksi yang lebih murah, akibatnya asal usul suatu produk yang awalnya menjadi bagian dari identitas produk itu sendiri menjadi samar (*multiple country of origin*), bagi konsumen perilaku menilai suatu produk berdasarkan asal produk juga mengalami perubahan, konsumen secara kognitif menilai produk secara terpisah antara negara suatu merk berasal dan negara tempat produk tersebut diproduksi. Analisa pertama, studi ini menguji pengaruh yang berkaitan dengan citra kuat signal yang berasal dari produk *fashion*, ditunjukkan bahwa, persepsi kualitas, kesadaran merk, dan kesadaran *fashion* memiliki hubungan yang kuat terhadap kemauan membeli. Pada analisa kedua, elemen yang memuat citra negara yang lemah, dipasangkan dengan sikap *ethnocentrism* tidak memiliki pengaruh moderasi terhadap hubungan kesadaran merk, persepsi kualitas, kesadaran *fashion* kepada kemauan membeli, selanjutnya berdasarkan temuan studi ini, dianalisa juga bagaimana interaksi antara citra negara dan citra merk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

**Kata kunci:** *pemasaran internasional, pemasaran lintas budaya, country of origin, consumer ethnocentrism.*

## ABSTRACT

*A fundamental shift has happened in the economics and business world. Countries within the same region integrates one another consolidating their politics and economies creating a trading bloc as means for accelerating economic growth. This situation creates new market opportunities and access for low cost workers for producers, consequently generating multiple country of origin information in a single product. For consumers, in terms of evaluating a product, currently are experiencing a new shift, cognitively consumers separate the cue signaled from both country of design and country of manufacture. In this study, first is analysed the impact of strong image related concept that presents with fashion products toward purchase intention, from the test, result is concluded that perceived quality, brand awareness, and fashion involvement had positive correlation toward purchase intention. Second is analysed the role of both country of origin and consumer ethnocentrism that serve as the weak country image concept in moderating function, the outcome from the test concluded that country of origin and consumer ethnocentrism cannot influence the relationship of brand awareness, perceived quality, and fashion involvement toward purchase intention. In addition, based on the findings of this study, further discussed how the interaction between country's image and brand image affecting purchase intention.*

**keywords:** *international marketing, cross-cultural marketing, country of origin, consumer ethnocentrism*

# STRES KERJA DAN KOMITMEN ORGANISASIONAL KARYAWAN: STUDI KOMPARASI ANTARA KARYAWAN TETAP DAN KARYAWAN TIDAK TETAP

M Ryno Yanuar Daeng Malino dan Ayu Desi Indrawati

e-mail: desi\_indrawati@unud.ac.id

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perbedaan antara karyawan tetap dan karyawan tidak tetap yang diukur dengan variabel stres kerja dan komitmen organisasional yang diujikan pada karyawan Hotel Parigata Resort and Spa Sanur. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 82 orang karyawan, yang terdiri dari 55 karyawan tetap dan 27 karyawan tidak tetap. Teknik analisis yang digunakan adalah uji beda dua rata-rata. Metode yang digunakan dalam penentuan sampel ini adalah metode *sampling* jenuh dimana semua anggota populasi digunakan sebagai sampelnya. Hasil uji *Mann Whitney U Test* menunjukkan bahwa terdapat perbedaan stres kerja antara karyawan tetap dan karyawan tidak tetap. Hasil lainnya juga menunjukkan bahwa terdapat perbedaan komitmen organisasional antara karyawan tetap dan karyawan tidak tetap Parigata Resort and Spa.

**Kata Kunci:** status karyawan, stres kerja, komitmen organisasional.

## ABSTRACT

*This research aims to analyze the differences between permanent employees and non-permanent employees as measured by work stress variables and organizational commitment tested on the employees of Hotel Parigata Resort and Spa Sanur. The number of samples in this study is 82 employees, consisting of 55 permanent employees and 27 non-permanent employees. The analytical technique used is the test of two different averages. The method used in determining this sample is a saturated sampling method in which all members of the population are used as samples. Mann Whitney U Test results show that there is a difference in job stress between permanent employees and non permanent employees. Other results also indicate that there is a difference in organizational commitment between permanent employees and non-permanent employees of Parigata Resort and Spa.*

**keywords:** job status, job stress, organizational commitment.

# ANALISIS PENGARUH KEPEMIMPINAN, KOMUNIKASI, DAN SISTEM KONTROL TERHADAP KINERJA ORGANISASI MELALUI PERILAKU PELAYANAN

**Wiliarisa Prita Purwanti, Dyah Sawitri, dan Kohar Adi Setia**

sparklecha@gmail.com, dyahsawitri19@yahoo.com

Alumni Program Pascasarjana Magister Manajemen Universitas Gajayana Malang  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, PPs. Magister Manajemen Universitas Gajayana Malang

## ABSTRACT

*The purpose of this study is to examine the effect of (1) the leadership on the service behavior. (2) the communication on the service behavior. (3) the system of control on the service behavior. (4) the service behavior on the organizational performance. (5) the leadership on the organizational performance. (6) the communication on the organizational performance. (7) the system of control on the organizational performance. (8) the leadership on the organizational performance through the service behavior. (9) the communication on the organizational performance through the service behavior. (10) the system of control on the organizational performance through service behavior. This study is a survey research using a type of explanation (explanatory research). The population in this study was all employees of RSIA Melati Husada around 103 respondents. The method of data collection employs questionnaires using Likert scale with a total sampling method. The data were analyzed using path analysis by using SPSS 16. The results showed that: (1) the leadership has a significant effect on the service behavior. (2) the communication has a significant effect on the service behavior. (3) the control has a significant effect on the service behavior. (4) The service behavior has a significant effect on the organizational performance. (5) the leadership has a significant effect on organizational performance. (6) the communication have a significant effect on organizational performance. (7) the system of control has a significant effect on organizational performance. (8) the leadership significantly influences organizational performance through service behavior. (9) the communication significantly influences organizational performance through service behavior. (10) the system of control significantly influences organizational performance through service behavior. It is recommended for the hospital to increase the frequency of discussion considering the fact that employees view the discussion as a good alternative to express concerns or constraints they face over the years.*

**keywords:** leadership, communication, system of control, service behavior, organizational performance.



# **PENGARUH *WORK -FAMILY CONFLICT*, *JOB INSECURITY*, SERTA *ORGANIZATIONAL JUSTICE* TERHADAP *BURNOUT* PADA *OUTSOURCING***

**Putu Shita Laksmi Putri Indrawan dan I Made Artha Wibawa**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, Bali, Indonesia

## **ABSTRAK**

Pekerjaan karyawan dari waktu ke waktu terus mengalami perubahan sesuai dengan target yang harus dicapai perusahaan. Seiring dengan perkembangan era global, kondisi sekarang sangatlah berbeda. Konflik keluarga-pekerjaan (*work family conflict*) adalah jenis tanggung jawab yang menimbulkan bentrokan dimana tuntutan tanggung jawab dari pekerjaan dan keluarga tidak dapat dilakukan secara berdampingan. Peran perempuan dalam angkatan kerja, kenaikan jabatan terkait dengan pasangan yang telah menikah, serta dorongan sebagai orang tua tunggal dalam keluarga saling berkontribusi untuk ingin lebih memahami mengenai perbedaan antara pekerjaan-keluarga. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengaruh *work family conflict*, *job insecurity* dan *organizational justice* terhadap *burnout*. Penelitian ini dilakukan di PT. Gapura Angkasa dengan jumlah responden yang diambil sebanyak 70 karyawan kontrak (*outsourcing*) yang bersetatus menikah. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dan penyebaran kuisioner dengan menggunakan skala Likert. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil pengujian analisis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa konflik pekerjaan-keluarga (WFC) berpengaruh positif terhadap *burnout*. *Job insecurity* berpengaruh positif terhadap *burnout*. *Organizational justice* berpengaruh negatif terhadap *burnout*.

**Kata kunci:** *work family conflict*, *job insecurity*, *organizational justice*, *burnout*

## **ABSTRACT**

*Employee jobs from time to time continue to change in accordance with the targets to be achieved company. Now the conditions are very different in line with the development of the global era. Work- family conflict is a type of responsibility that creates clashes where the demands of work and family responsibilities can not be done side-by-side. The role of women in the workforce, the promotion of married couples, and the encouragement of single parents in the family contribute to each other to get better understanding about the difference between family-work. This study aims to determine the effect of work family conflict, job insecurity and organizational justice on Burnout. This research was conducted at PT. Gapura Angkasa with the number of respondents taken as much as 70 employees of contract (outsourcing) in marriage. Data collection was done through interview and spreading of questionnaire using likert skala. The analysis technique used is multiple linear regression. The result of the analysis test in this study indicate that the work-family conflict (WFC) has a positive effect on burnout. Job insecurity has a positive effect on burnout. Organizational justice negatively affects burnout.*

**keywords:** *work family conflict*, *job insecurity*, *organizational justice*, *burnout*

**PENGARUH KOMITMEN ORGANISASI DAN KESEIMBANGAN KEHIDUPAN KERJA TERHADAP KEPUASAN KERJA SERTA IMPLIKASINYA TERHADAP PERILAKU KEWARGANEGARAAN ORGANISASI PADA TENAGA AMINISTRASI DI LINGKUNGAN PTS TERAKREDITASI DI WILAYAH JAKARTA PUSAT.**

**Rahayu Endang Suryani**

ayu\_nani15@yahoo.com

Fakultas Ekonomi, Universitas Persada Indonesia Y.A.I, Jakarta

**ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini adalah untuk meneliti pengaruh komitmen organisasi dan keseimbangan kehidupan kerja terhadap kepuasan kerja serta implikasinya terhadap perilaku kewarganegaraan organisasi pada tenaga administrasi di lingkungan PTS terakreditasi di wilayah Jakarta Pusat. Populasi pada penelitian ini adalah tenaga administrasi di lingkungan PTS terakreditasi di wilayah Jakarta Pusat. Jumlah sampel yang digunakan adalah 214 orang. Alat analisis yang digunakan adalah Path Analysis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara komitmen organisasi dan keseimbangan kehidupan kerja secara simultan terhadap kepuasan kerja dan perilaku kewarganegaraan organisasi. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,61 atau 61% berarti komitmen organisasi dan keseimbangan kehidupan kerja memberikan kontribusi pada kepuasan kerja dan sisanya 39% merupakan kontribusi variabel lain yang tidak dalam penelitian ini. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,56 atau 56% berarti komitmen organisasi, keseimbangan kehidupan kerja dan kepuasan kerja memberikan kontribusi pada perilaku kewarganegaraan organisasi sebesar 56% dan sisanya sebesar 44% merupakan kontribusi variabel lain yang tidak diteliti. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat dilihat bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara variabel komitmen organisasi ( $X_1$ ) dan variabel keseimbangan kehidupan kerja ( $X_2$ ) terhadap variabel kepuasan kerja ( $Y_1$ ) dan variabel perilaku kewarganegaraan organisasi ( $Y_2$ ).

**Kata kunci** : komitmen organisasi, keseimbangan kehidupan kerja, kepuasan kerja, perilaku kewarganegaraan organisasi

**ABSTRACT**

*The purpose of this research is to examine the effect of organizational commitment and work life balance to job satisfaction and the implications on the behavior of organizational citizenship in administrative staff in accredited private university in Central Jakarta area. Population in this research is administrative staff in accredited private university in Central Jakarta area. The number of samples used is 214 people. The analysis tool used is Path Analysis. The results showed that there was an influence between organizational commitment and work life balance simultaneously to job satisfaction and organizational citizenship behavior. Coefficient of Determination ( $R^2$ ) of 0.61 or 61% means organizational commitment and work life balance contributes to job satisfaction and the remaining 39% is the contribution of other variables not in this study. Coefficient of Determination ( $R^2$ ) of 0.56 or 56% means organizational commitment, work life balance and job satisfaction contribute to organizational citizenship behavior of 56% and the remaining 44% is the contribution of other variables that are not examined. Based on the results of research that has been done then it can be seen that there is influence simultaneously between organizational commitment variable ( $X_1$ ) and work life balance variable ( $X_2$ ) to job satisfaction variable ( $Y_1$ ) and organizational citizenship behavior variable ( $Y_2$ ).*

**keywords:** *organizational commitment, work life balance, job satisfaction, organizational citizenship behavior*

## **PERBANDINGAN SIKLUS KONVERSI KAS ANTARA PERUSAHAAN KECIL DAN BESAR**

**Lukas Purwoto dan Caecilia Wahyu Estining Rahayu**

luk@usd.ac.id

caecilia50@gmail.com

Fakultas Ekonomi, Universitas Sanata Dharma Yogyakarta

### **ABSTRAK**

Satu fokus perhatian dari manajemen keuangan perusahaan adalah pada bagaimana perusahaan mengelola kegiatan hariannya yang berhubungan dengan manajemen modal kerja. Penelitian ini menggunakan data dari perusahaan terbuka yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Pertanyaan penelitian ialah apakah ada perbedaan dalam lamanya siklus konversi kas perusahaan antara perusahaan kecil dan perusahaan besar. Hasil-hasil pengujian mengarahkan pada kesimpulan bahwa lamanya hari siklus konversi kas perusahaan kecil adalah lebih panjang dibandingkan dengan perusahaan besar. Efisiensi perusahaan kecil dalam mengelola modal kerjanya masih menyisakan ruang untuk perbaikan.

**Kata kunci :** siklus konversi kas, ukuran perusahaan

### ***ABSTRACT***

*One of the attention of corporate finance is how company managers manage their daily activities that relate with working capital management. This research uses data from public companies that are listed in Indonesia Stock Exchange. The research question are there any differences in the duration of cash conversion cycle between big and smaller companies. The results of the analysis show that the days of the cycle of the smaller companies is longer than the big companies. The smaller companies have some opportunities to improve their efficiency of working capital management.*

**keywords:** *cash conversion cycle, firm size*

**PENERAPAN *GOOD CORPORATE GOVERNANCE*  
DAN MANAJEMEN LABA**

**Wisnu P. Setiyono dan Reni Meisaroh**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

**ABSTRAKSI**

Tujuan Penelitian: Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh mekanisme *good corporate governance* yang terdiri dari kepemilikan institusional, dewan komisaris independen, ukuran dewan komisaris dan komite audit terhadap manajemen laba pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Metode penelitian: kami menggunakan panel data analisis dengan melakukan pemilihan sample antara time series dan cross section. Metode pemilihan sample pada penelitian ini digunakan metode *purposive* sampling. Besaran sample yang dihasilkan adalah 48 amatan yang terdiri dari 12 perusahaan untuk periode 2013 sampai 2015. Sampel diambil Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, menggunakan data sekunder berupa laporan keuangan yang disajikan pada periode 2013-2015. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linear berganda dengan sebelumnya melakukan uji asumsi klasik. Hasil uji asumsi klasik menunjukkan bahwa data penelitian terbebas dari asumsi normalitas, heteroskedastisitas, autokorelasi dan multikolinearitas. Berdasarkan hasil uji hipotesis penelitian ini membuktikan bahwa (1) kepemilikan institusional tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba, (2) dewan komisaris independen tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba, (3) ukuran dewan komisaris berpengaruh positif signifikan terhadap manajemen laba, (4) komite audit tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba.

**Kata kunci:** *good corporate governance*, kepemilikan institusional, dewan komisaris, komite audit, manajemen laba.

# ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI REPUTASI PERUSAHAAN RITEL DI INDONESIA

**Anas Hidayat dan Siti Mahdaria**

sitimahdaria@gmail.com

International Program Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, Indonesia

## ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi reputasi perusahaan ritel di Indonesia, khususnya pengaruh langsung maupun tidak langsung dari CSR dan kepercayaan terhadap reputasi perusahaan melalui word-of-mouth sebagai intervening variable. Data diperoleh dari pembagian kuisioner yang menggunakan konsep skala Likert dari 1 sampai 5 kepada 305 responden se-Indonesia. Data tersebut dianalisis menggunakan aplikasi SPSS dan AMOS. Hasil penelitian ini menemukan bahwa CSR dan kepercayaan memiliki pengaruh langsung terhadap word-of-mouth dan reputasi perusahaan. Secara tidak langsung, CSR dan kepercayaan juga memiliki pengaruh positif terhadap reputasi perusahaan melalui WOM yang juga mempengaruhi reputasi.

**Kata Kunci:** CSR, Keputasi Perusahaan, Kepercayaan, *Word-of-mouth*, Bisnis Ritel

## ABSTRACT

*This research analyzes the factors that influence corporate reputation of ritail business in Indonesia, especially the direct and direct impact of CSR and trust toward corporate reputation through word-of-mouth as the intervening variable. Data was collected with questionnaire and used the concept of Likert Scale from 1 to 5 to 305 respondents from all over Indoensia. Application called SPSS and AMOS were used to analyze the data. The result of this research is that CSR and trust have direct impact towards word-of-mouth and corporate reputation. Indirectly, CSR and trust also have positive influence on corporate reputation through WOM, which also affect reputation.*

**keywords:** CSR, Corporate Reputation, Trust Word-of-mouth, Retail Business

# ANALISIS *PLACE BRANDING* TERHADAP KEPUTUSAN MENGUNJUNGI DESTINASI WISATA

**Fitri Lestari**

fitri.lestari@ekuitas.ac.id

Program Studi Manajemen, STIE Ekuitas Bandung

## ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui 1) gambaran *place branding*; 2) gambaran keputusan mengunjungi; 3) pengaruh *place branding* terhadap keputusan mengunjungi destinasi. Objek dari penelitian ini adalah Wisatawan Nusantara (wisnus) yang mengunjungi 29 destinasi pariwisata di Kabupaten Garut. Adapun metode penelitiannya menggunakan deskriptif verifikatif. Sumber data yang dipergunakan adalah primer dan sekunder. Dari populasi 2.442.147 orang, diambil sampel penelitian sejumlah 100 orang. *Probability Sampling*, khususnya *Cluster Sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang penulis pilih. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, kuesioner, dan studi literatur. Untuk mengukur besarnya pengaruh *place branding* terhadap keputusan mengunjungi, digunakan teknik analisis data *path* (analisis jalur) dengan menggunakan *software* SPSS 18.

**Kata kunci:** *place branding*, Kabupaten Garut,

## ABSTRACT

*The purposes of the research are: (1) to know the idea of place branding, (2) to know the idea of the decision to visit a tourism attraction, (3) to know the influence of place branding upon the decision to visit a tourism attraction. The object of the research is the domestic tourists who visit one of twenty nine tourism attractions in Garut. The method used in this research is verified descriptive. The data source used in this research is primary and secondary. From the total population of 2.442.147 people, the researcher takes the sample of a hundred people. The probability sampling, especially cluster sampling, is a sampling technique that the researcher chooses. The data collection technique is held through interview, observation, questionnaire, and literature study. To scale how much the influence of place branding upon the decision to visit a tourism attraction, the researcher uses the data analysis technique of path by using software SPSS 18.*

**keywords:** *place branding*, Garut, destination

## ***INTENTION TO QUIT* DAN UPAYA UNTUK MENGANTISIPASINYA**

**Hastho Joko Nur Utomo dan Sadeli**

hasthojokonurutomo@gmail.com

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, UPN “Veteran” Yogyakarta

### **ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini untuk menganalisis faktor penyebab *intention to quit* dan menganalisis upaya yang perlu dilakukan untuk mengantisipasi timbulnya *intention to quit*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Data primer dikumpulkan melalui wawancara dan *focus group discussion* (FGD). Informan penelitian terdiri dari agen asuransi swasta yang perusahaannya berbentuk PT terbuka di wilayah Yogyakarta dan telah tergabung dalam skema kerjasama *coordination of benefit* dengan BPJS. Hasil penelitian menjelaskan bahwa *intention to quit* terjadi karena rendahnya kepuasan agen terhadap berbagai aspek kerja (kompensasi, pimpinan, rekan kerja, kesempatan promosi/ jenjang karir dan pekerjaan itu sendiri). Kepuasan kerja yang rendah tersebut berpotensi meningkatkan *intention to quit*. Model yang bisa dikembangkan untuk mengantisipasi *intention to quit* adalah memperketat proses rekrutmen dan seleksi agen, memberikan pelatihan kerja, dan meningkatkan kepuasan kerja.

**Kata kunci:** keinginan untuk keluar dari organisasi, penelitian kualitatif.

### **ABSTRACT**

*The purpose of this research is to analyze the factors causing intention to quit and analyze the efforts that need to be done to anticipate the occurrence of intention to quit. This research uses qualitative approach. Primary data was collected through interviews and focus of group discussion (FGD). The research informant consisted of a private insurance agent whose company was in the form of open PT in Yogyakarta area and has been incorporated in the coordination of benefit cooperation scheme with BPJS. The result of the research explains that intention to quit happened because of low of agent's satisfaction to various aspect of work (compensation, leadership, co-worker, promotion / career opportunity and job itself). Low job satisfaction has the potential to increase intention to quit. Model that can be developed to anticipate intention to quit are to tighten the process of recruitment and selection of agents, provide job training, and improve job satisfaction.*

**keywords:** *intention to quit, qualitative research.*

**ANALISIS TINGKAT LITERASI KEUANGAN PERSONAL BERDASARKAN FAKTOR-FAKTOR DEMOGRAFI SERTA PENGARUHNYA TERHADAP PERILAKU KEUANGAN MAHASISWA STIE INDONESIA BANKING SCHOOL DI JAKARTA**

**Ossi Ferli dan Tinjung Desy Nursanti**  
STIE INDONESIA BANKING SCHOOL

**ABSTRACT**

*This research aims to find out the depiction of personal financial literacy and financial behavior of STIE IBS undergraduate students, based on social demography factors. By taking samples of 87 students who already took the subject of financial management, the questionnaires as a primary source of data are distributed to the respondents. Financial literacy survey was measured using 27 items of multiple-choice questions and then calculated the score based on the percentage of correct answers. The characteristics of the respondents consist of genders, majors, GPA, having credit card or not, parents educations, parents income, and living with parents of living alone. The descriptive statistical is used to analyse the data collected. The results showed that female students, majoring in management, with the GPA range between 2.75-3.25, living with their parents, tend to have higher financial literacy. However based on the average of financial literacy, it is shown that the financial literacy of IBS students are still low, since the overall mean score of correct answers of the survey are 46.83% less than 60%, which means that the financial literacy of the students are at the low level. The respondents also showed the financial behavior in part of money management especially when dealing with urgent funds and financial decision making, while they do not show part of budgeting process as part of money management.*

**keywords:** *financial literacy, financial behavior, financial decision making*



# PROFIL PASAR WISATAWAN NUSANTARA DI KABUPATEN GUNUNGKIDUL YOGYAKARTA

**Sigit Haryono dan Lukmono Hadi**

sigitharyono@rocketmail.com

Jurusan Administrasi Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta

## ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui profil pasar wisatawan nusantara yang berkunjung ke destinasi wisata yang ada di Kabupaten Gunungkidul. Hasil dari penelitian ini dapat dimanfaatkan bagi pihak-pihak yang berkepentingan untuk menyusun portofolio strategi pemasaran. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa profil pasar wisatawan nusantara yang berkunjung ke kabupaten ini adalah berbeda-beda secara geografis, demografis maupun preferensi. Secara demografis pengunjung berusia muda 16 sampai dengan 24 tahun mendominasi, sebagian besar mereka berasal dari provinsi sekitar yaitu Jawa Tengah, DIY, dan Jawa Timur, sehingga akomodasi yang digunakan sebagian besar adalah kendaraan pribadi. Jenis wisata yang menjadi favorit adalah wisata alam, khususnya pantai. Sebagian besar dari mereka menggunakan media sosial untuk mengakses informasi tentang destinasi wisata khususnya Instagram dan Facebook.

**Kata kunci:** Profil Pasar, Strategi Pemasaran

## ABSTRACT

*The purpose of the study is to find out the market profile of domestic tourist who visit tourist destinations in Gunungkidul regency. Result of the study can be utilized for tourism stakeholders to develop a portfolio marketing strategy. Based on the results of the research note that the profile of the domestic tourist market who visit this district is different geographically, demographically and preferences. Demographically the young visitors from 16 to 24 years dominate, most of them come from the provinces around Central Java, Yogyakarta, and East Java, so that the accommodation used is mostly private vehicles. The type of tourism that became a favorite is nature tourism, especially beach. Most of them use social media to access information about tourist destinations especially Instagram and Facebook.*

**keywords:** Market Profile, Marketing Strategy

## **MEMBANGUN LOYALITAS MEREK MELALUI CUSTOMER ENGAGEMENT DI MEDIA SOSIAL**

**Ni Made Purnami dan I Nyoman Nurcaya**

Email:made.purnami@yahoo.com

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Udayana

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *customer engagement* dalam konteks komunitas merek online dan untuk menjelaskan bagaimana loyalitas merek dapat terbentuk melalui *customer engagement*. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini meliputi persepsi manfaat, persepsi biaya, partisipasi, komitmen pada komunitas online dan loyalitas merek. Penelitian dilakukan di Kota Denpasar dengan jumlah responden 120 orang yang sudah pernah berpartisipasi dalam komunitas merek online di media sosial *Facebook*. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara membagikan kuesioner kepada responden. Teknik analisis data yang digunakan *Partial Least Square (PLS)*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan *user engagement* di media sosial sangat penting diperhatikan oleh pemasar dalam membangun loyalitas merek melalui komunitas merek online.

**Kata kunci** :*customer engagement*, loyalitas merek, *facebook*

### **ABSTRACT**

*This study aims to examine the influence of customer engagement in the context of the online brand community and to explain how brand loyalty can be formed through customer engagement. Variables in this study were perceived of benefits, perceived of cost, participation, commitment to online communities and brand loyalty. The study was conducted in Denpasar with 120 respondents who have participated through online brand communities on Facebook social media. Collected data was done by distributing questionnaires to respondents. Data analysis techniques used Partial Least Square (PLS). The results showed, the use of user engagement on social media is very important to be considered by marketers in building brand loyalty through the online brand community.*

**keywords**: *customer engagement*, brand loyalty, *facebook*

**PENGARUH NET PROFIT MARGIN (NPM) DAN RETURN ON ASSETS (ROA)  
TERHADAP PRICE TO BOOK VALUE (PBV) PADA PERUSAHAAN  
SUB SEKTOR TELEKOMUNIKASI DI BEI TAHUN 2016**

**Herlinda Maya Kumala Sari dan Cindy Cahyaning Astuti**

herlindamayakumala@umsida.ac.id

<sup>1</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Sidoarjo

**ABSTRAK**

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh net profit margin (NPM) dan return on assets (ROA) terhadap price to book value (PBV) pada perusahaan sub sektor telekomunikasi di BEI tahun 2016. Teknik sampling yang digunakan pada penelitian ini adalah sampling jenuh atau dengan kata lain mengambil semua anggota populasi yaitu Bakrie Telecom Tbk (BTEL), XL Axiata Tbk (EXCL), Smartfren Telecom Tbk (FREN), Inovisi Infracom Tbk (INVS), Indosat Tbk (ISAT), dan Telekomunikasi Indonesia Tbk (TLKM). Analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan disertai pengujian asumsi regresi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ROA dan NPM mempengaruhi PBV secara signifikan, di mana semakin besar ROA maka semakin besar nilai PBV dan semakin besar NPM maka semakin kecil nilai PBV.

**Kata kunci:** net profit margin, return on assets, price to book value, regresi, dan perusahaan telekomunikasi

**ABSTRACT**

*This study was conducted to determine the effect of net profit margin (NPM) and return on assets (ROA) on price to book value (PBV) in telecommunication sub-sector company in BEI in 2016. The sampling technique used in this study is saturated sampling or in other words take all members of the population ie Bakrie Telecom Tbk (BTEL), XL Axiata Tbk (EXCL), Smartfren Telecom Tbk (FREN), Inovisi Infracom Tbk (INVS), Indosat Tbk (ISAT), dan Telekomunikasi Indonesia Tbk (TLKM). The analysis used is multiple linear regression analysis with the assumption of regression testing. The results of this study indicate that ROA and NPM significantly influence PBV, if ROA increases then PBV increases and if NPM increases then PBV decreases.*

**keywords:** net profit margin, return on assets, price to book value, regression, dan telecommunication company

## **ANALISIS SISTEM PELAYANAN STASIUN PENGISIAN BAHAN BAKAR UMUM (SPBU) DIPATI UKUR BANDUNG**

**Agus Riyanto**

Email: agus.riyanto@email.unikom.ac.id  
Universitas Komputer Indonesia  
Jl. Dipati Ukur No. 102-118, Bandung, 40132.

### **ABSTRAK**

Manajemen pelayanan yang ada pada masing-masing Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum atau yang selanjutnya di singkat SPBU milik Pertamina memiliki standar yang baku dalam memfungsikan mesin pompa dan menjalankan sistem pelayanan 3S yaitu senyum, salam dan sapa. Namun, seringkali terjadi kendala berupa lamanya pelayanan yang diberikan membuat terjadinya antrian kendaraan. Pelayanan yang diberikan oleh SPBU kepada konsumen dengan memisahkan jalur antrian berdasarkan jenis kendaraan tentunya harus dianalisa tingkat utilitas penggunaannya. Promodel sebagai salah satu aplikasi software berbasis window merupakan software aplikasi berupa simulasi yang dapat ditampilkan dalam bentuk simulasi. Promodel berperan penting menganalisa sistem pelayanan dan antrian di SPBU. Utilitas pelayanan yang tertinggi berdasarkan antrian kendaraan terjadi pada antrian di bahan bakar premium/pertalite untuk sepeda motor sebesar 92,01%. Hal ini terjadi dikarenakan di area SPBU memang banyak lokasi perumahan dan kost yang masyarakatnya menggunakan sepeda motor. Utilitas pelayanan yang tertinggi kedua terjadi di antrian bahan bakar solar untuk mobil yaitu sebesar 88,45%. Hal ini disebabkan di area Dipatiukur banyak kendaraan rental atau travel yang menggunakan solar. Untuk mengurangi antrian pelayanan di mesin operasi bahan bakar premium/pertalite bagi sepeda motor dan di mesin operasi bahan bakar solar yang memiliki utilitas penggunaan pelayanan tertinggi, diharapkan pihak manajemen SPBU Dipatiukur menambah fasilitas pelayanan di dua mesin operasi bahan bakar tersebut. Hal ini untuk mengurangi antrian yang panjang sehingga waktu pelayanan yang diberikan bisa menjadi lebih cepat.

**Kata kunci:** Pelayanan, Simulasi dan Utilitas

# MENINGKATKAN DAYA SAING MELALUI *DEMAND CHAIN MANAGEMENT*

**Kurnia Isnuwardiati dan Pudjo Sugito**

e-mail: pudjo.sugito@unmer.ac.id

Fakultas Ekonomi & Bisnis, University Merdeka Malang

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis keterkaitan *demand chain management* dengan daya saing. Penelitian ini bersifat eksploratif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah semua pelaku industri kecil menengah olahan di Kota Probolinggo. Teknik pengambilan sampelnya adalah *proporsional random sampling* agar representatif. Hal itu mengingat jumlah populasi tersebar pada beberapa kelurahan dan sebanyak 196 IKM olahan hasil laut. Maka, ditetapkan 100 pelaku IKM yang akan menjadi responden dan sekaligus peserta FGD. Data primer dianalisis dengan *Structural Squation Model* (SEM). Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat keterkaitan antara *demand chain management* dengan daya saing. Maknanya, untuk meningkatkan daya saing bisnis dapat dilakukan melalui *demand chain management*.

**Kata Kunci:** Daya Saing, *Demand Chain Management*

## ABSTRACT

*The purpose of this study is to analyze the linkage of demand chain management with competitiveness. This research is explorative with quantitative approach. The population in this study are all small-medium-scale industries in Probolinggo. The sampling technique is proportional random sampling to be representative. That's considering the number of populations scattered in some kelurahan and as many as 196 IKM processed seafood. Thus, 100 IKM actors will be selected as well as FGD participants. Primary data were analyzed by Structural Squation Model (SEM). The result of analysis demonstrate that there is a link between demand chain management with competitiveness. It means, to improve business competitiveness can be done through demand chain management.*

**keywords:** *Competitiveness, Demand Chain Management*

## KETERKAITAN *DILIVER & FULFILL CUSTOMER VALUE* DENGAN *BUSINESS SUCCESS*

Erna Setijani dan Sumartono

sugitocsur94@gmail.com

Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Merdeka Malang

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan mengkaji keterkaitan antara *diliver & fulfill customer value* dengan *business success*. Penelitian ini adalah penelitian eksploratif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi penelitiannya adalah *home industry* opak gambir di Kabupaten Malang. Teknik pengambilan sampelnya menggunakan *proportional random sampling* dengan responden sebanyak 100 *home industry*. Teknik analisis data menggunakan *structural equation model*. Berdasarkan hasil analisis terungkap bahwa terdapat keterkaitan antara *diliver & fulfill customer value* dengan *business success*. Maknanya, keberhasilan usaha *home industry* dapat dilakukan dengan mengoptimalkan tata kelola *diliver & fulfill customer value*.

**Kata Kunci:** *Diliver & Fulfill Customer Value, Business Success*

### ABSTRACT

*This study aims to examine the relationship between diliver & fulfill customer value with business success. This research is an explorative research with quantitative approach. The research population is opak gambir home industry in Malang regency. Sampling technique using proportional random sampling with 100 home industry respondents. Data analysis technique using structural equation model. Based on the analysis revealed that there is a relationship between diliver & fulfill customer value with business success. It means that the success of home industry can be reached by optimizing the governance of diliver & fulfill customer value.*

**keywords:** *Diliver & Fulfill Customer Value, Business Success*

# KAJIAN PENILAIAN DAN PENGELOLAAN RISIKO PADA USAHA SAYUR KREATIF PAPRIKA DI DESA PASIR LANGU, BANDUNG BARAT

Mirza Hedismarlina Yuneline dan Gatot Iwan Kurniawan  
mirza.yuneline@ekuitas.ac.id., gatot.iwan@ekuitas.ac.id  
Prodi S1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Ekuitas

## ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah melakukan penilaian risiko melalui pengukuran *Earning at Risk (EaR)* pada usaha sayur kreatif paprika di Desa Pasirlangu, Kabupaten Bandung Barat. Risiko yang diukur adalah risiko cuaca, risiko pasar, risiko *counterparty*, dan risiko tenaga kerja. Penelitian ini menggunakan analisis kualitatif dan kuantitatif secara deskriptif. Data yang digunakan adalah data primer berupa harga pasar, harga pokok produksi, dan hasil produksi. Sedangkan data sekunder yang digunakan adalah data mengenai curah hujan. Dari hasil pengukuran *EaR*, didapatkan bahwa perubahan curah hujan secara ekstrim dapat mempengaruhi penurunan produktivitas tanaman paprika yang disebabkan banyaknya pembusukan akar. Untuk pengukuran pada risiko pasar dan risiko *counterparty* dapat mempengaruhi pemilihan jenis paprika yang ditanam oleh petani. Sedangkan risiko tenaga kerja selain dapat mempengaruhi produktivitas paprika juga dapat menimbulkan kehilangan keuntungan di saat harga pasar sedang baik.

**Kata kunci:** *Earning at Risk*; Risiko Cuaca; Risiko Pasar; Risiko *Counterparty*; Risiko Tenaga Kerja

## ABSTRACT

*The purpose of this research is to do risk evaluation by using Earning at Risk (EaR) in Pepper Creative Vegetable Business at Desa Pasirlangu, Kabupaten Pasirlangu. In this research, we evaluate four types of risk, such as weather risk, market risk, counterparty risk, and labor risk. This research is using qualitative and quantitative-descriptive methods. We are using primary data such as market price, production cost, and pepper's production. In terms of secondary data, we are using weather data such as rainfall intensity. From the EaR measurement, we found that the extreme changing in rainfall intensity can affect the declining of pepper's productivity due to root putrefaction. Regarding market risk and counterparty risk, the EaR measurement can affect the selection of different types of peppers. In terms of labor risk, besides it can affect the pepper's productivity, it also result in a loss of profit when market price is high.*

**keywords:** *Earning at Risk; Weather Risk; Market Risk; Counterparty Risk; Labor Risk*

**DIMENSI-DIMENSI ORGANIZATIONAL CITIZENSHIP BEHAVIOR (OCB)  
KARYAWAN: PERSPEKTIF MANAJEMEN DAN AGEN ASURANSI  
DI JAWA TENGAH**

**Bernadeta Irmawati dan Berta Bekti Retnawati**

irmawati\_b@unika.ac.id

berta@unika.ac.id

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Unika Soegijapranata Semarang

**ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini mengidentifikasi Organizational Citizenship Behavior (OCB) dari dimensi OCB-Organizational dan OCB-Individual dari perspektif manajemen dan agen asuransi. Kajian empirik dilakukan pada perusahaan asuransi di Jawa Tengah, dimana industri asuransi memiliki potensi penetrasi pasar yang cukup tinggi dan persaingan bisnis yang semakin ketat baik di tingkat nasional maupun. Pengumpulan data menggunakan metode FGD bagi para manajer perusahaan asuransi dan survey pada para agen asuransi. Jumlah responden 10 manajemen dan 29 agen asuransi. Hasil kajian menunjukkan bahwa OCB-O dan OCB-I dari persepektif manajemen bahwa agen bekerja sendiri dan berelasi dengan supervisor dan mereka bertemu dikantor pada saat training dan evaluasi. Dari persepektif agen, mereka memiliki kategori tinggi OCB-I dan OCB-O. Kedua pihak menyatakan bahwa OCB baik OCB-I dan OCB-O dan kepemimpinan merupakan hal yang penting untuk didukung agar tujuan organisasi tercapai.

**Kata kunci:** OCB, OCB-I, OCB-O, perspektif manajemen, agen asuransi

**ABSTRACT**

*The purpose of this research to identify Organizational Citizenship Behavior (OCB) from OCB-Organizational and OCB-Individual dimensions from the perspective of management and insurance. Empirical studies were conducted at insurance companies in Central Java, where the insurance industry has a high market penetration potential and increasingly tight business competition both nationally and globally. Data collection uses FGD method for insurance company managers and survey on insurance agents. Number of respondents 10 management and 29 insurance agents. The results of the study show that OCB-O and OCB-I are from a management perspective that agents work alone and relate to supervisors and they meet at the office during training and evaluation. From agent perspectives, they have high category OCB-I and OCB-O. Both sides stated that OCB both OCB-I and OCB-O and leadership are important to be supported in order to achieve organizational goals.*

**keywords:** OCB, OCB-I, OCB-O, management perspective, insurance agent



**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*  
PADA *SOCIAL MEDIA* INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN KONSUMEN *WHAT'S UP CAFE* BURANGRANG BANDUNG**

iffaaa10gmail.com,  
ailili1955@gmail.com  
Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom

**ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *electronic word of mouth* yaitu *intensity*, *valence of opinion* dan *content* terhadap keputusan pembelian konsumen *What's Up Cafe* Burangrang Bandung. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara simultan variabel *electronic word of mouth* pada *social media* instagram berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen *What's Up Cafe* Burangrang Bandung. Hasil uji hipotesis secara parsial didapat sub variabel *intensity* dan *content* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian, dan sub variabel *content* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan koefisien determinasi didapat bahwa pengaruh *electronic word of mouth* terhadap keputusan pembelian konsumen sebesar 19% dan sisanya sebesar 81% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata kunci:** *Electronic Word of Mouth*, Keputusan Pembelian dan Regresi Linier Berganda.

**ABSTRACT**

*The purpose of this research is to know the influence of the electronic word of mouth i.e. intensity, valence of opinion and content consumer purchasing decisions against what's Up Cafe Burangrang Bandung. Based on the results of hypothesis testing simultaneously variable electronic word of mouth on instagram influential social media positively and significantly to consumer purchasing decisions what's Up Cafe Burangrang Bandung. The results of the test the hypothesis partially obtained variable sub intensity and content do not affect significantly to purchasing decisions, and variable content significantly to influential buying decision. Based on the coefficient of determination is obtained that the electronic word of mouth influence toward consumer purchasing decisions of 19% and the remainder amounted to 81% are influenced by other factors not examined in this study.*

**keywords :** *Electronic Word Of Mouth, Purchase Desicion And Multiple Regression*

# **ANALISIS *TURNOVER INTENTION* KARYAWAN GENERASI Y DI PROVINSI BANTEN SERTA FAKTOR YANG MEMPENGARUHINYA**

**Nafiuddin**

Fakultas Ekonomi Universitas Serang Raya

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi *turnover intention* karyawan generasi Y di provinsi Banten, adapun yang menjadi variabel bebas adalah *work life balance* dan kepuasan kerja sedangkan variabel terikatnya adalah *turnover intention*. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif deskriptif dan untuk menjawab hipotesis dalam penelitian ini, maka digunakanlah uji t dan Uji F, adapun populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 135 dan data penelitian diperoleh dengan penyebaran kuesioner. Dan untuk pengolahan data menggunakan program SPSS.20.

Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan regresi linier berganda, bahwa secara simultan variable *work life balance*, dan *job satisfaction* mempengaruhi *turnover intention* karyawan generasi y di provinsi banten. Sedangkan secara parsial hanya variable *job satisfaction* yang mempengaruhi *turnover intention*. Oleh karena itu sebaiknya perusahaan perusahaan yang berada di wilayah provinsi banten harus memperhatikan *job satisfaction* karyawan generasi y.

**Kata kunci:** *Work Life Balance, Job Satisfaction* dan *Turn Over Intention*

## **BRAND TRUST PADA BRAND LOYALTY JASA PENERBANGAN**

**Nuruni Ika Kusuma W dan Mei Retno adiwaty**

Email: [nuruni63@yahoo.co.id](mailto:nuruni63@yahoo.co.id)

[nuruniika@gmail.com](mailto:nuruniika@gmail.com)

[adiwaty66@gmail.com](mailto:adiwaty66@gmail.com)

Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Jawa Timur

### **ABSTRAK**

Persaingan di dunia penerbangan Indonesia sangatlah ketat, setiap maskapai berusaha untuk memberikan yang terbaik bagi konsumennya supaya mereka dapat menggunakan kembali/loyal pada maskapai yang sama jika akan bepergian menggunakan jasa pesawat terbang. Berkaitan dengan kondisi tersebut, perusahaan harus menciptakan suatu kepercayaan kepada konsumennya. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis pengaruh kepercayaan merek (*brand trust*) terhadap Loyalitas merek (*brand loyalty*) maskapai penerbangan Air Asia. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh langsung dari kuesioner yang telah diisi oleh 72 responden dengan teknik *accidental sampling*. Teknik analisis yang digunakan adalah teknik *Partial Least Square* (PLS). Berdasarkan hasil, dapat disimpulkan bahwa Brand Trust memberikan kontribusi terhadap Brand Loyalty Jasa penerbangan Air Asia.

**Kata Kunci :** Kepercayaan merek (Brand trust) , Loyalitas merek (Brand Loyalty)

**PENGARUH MANAJEMEN LABA TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN  
DENGAN KUALITAS AUDIT DAN UKURAN PERUSAHAAN SEBAGAI  
VARIABEL PEMODERASI**

**Aprih Santoso dan Rahmatya Widyaswati**

***ABSTRACT***

*The purpose of this study was to see how the effects of earnings management on the performance of companies with audit quality and size of the company as a moderating variable. High Quality Audit demonstrated with large or small public accounting firm. While the size of the company can be seen from how many assets owned by the company. The sample in this study is based on purposive sampling, with specific criteria that a manufacturing company listed on the Stock Exchange during the period 2011-2014 which publishes annual financial statements (annual report) in complete accordance with the measurement variables to be studied in this research, manufacturing company whose financial statements are audited by KAP KAP Big 4 and non-Big 4. So in the get the 22 companies audited by the Big 4 accounting firm and the 28 companies audited by KAP Non Big 4. the results of this study variable Profit Management significant negative effect on the performance effect Perusahaan. Variabel company Size significantly strengthen the positive relationship between Profit Management with Corporate performance. Variable Audit Quality significant positive effect strengthens the relationship between the Profit Management with Corporate Performance.*

***keywords:*** *Earnings Management, Corporate Performance, Quality Audit, Company Size*

# **PERTUMBUHAN MASYARAKAT KELAS MENENGAH INDONESIA: PELUANG DAN TANTANGAN BAGI UKM**

**Nurhajati dan N. Rachma**  
Fakultas Ekonomi UNISMA

## **ABSTRAK**

Kelas menengah di Indonesia maupun secara global makin meningkat sejalan dengan keberhasilan pembangunan. Kelas menengah Indonesia diprediksi mencapai lebih dari 50% penduduk Indonesia di tahun 2020, sebagian besar berusia muda, tinggal di perkotaan, dan lahir di generasi milenial yang sarat dengan teknologi digital. Hal ini membawa peluang besar sekaligus menjadi tantangan bagi sektor bisnis khususnya UKM yang merupakan proporsi usaha terbesar di Indonesia. Makalah ini menganalisis peluang dan tantangan pertumbuhan kelas menengah bagi UKM. Hasil analisis menunjukkan bahwa pertumbuhan kelas menengah memperluas pasar dan meningkatkan konsumsi di berbagai sektor dengan tren bisnis yang berbasis teknologi informasi. Saat yang sama, pebisnis khususnya UKM menghadapi tantangan utamanya tuntutan kualitas untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen, ramah lingkungan, dan mengikuti trend *life style* konsumen. Pemerintah diperlukan untuk melakukan regulasi untuk mendukung iklim usaha yang kondusif bagi konsumen maupun produsen khususnya UKM.

**Kata kunci:** kelas menengah, UKM, generasi milenial, peluang bisnis, tantangan bisnis, *life style*.

## AKSELERASI PENINGKATAN KINERJA INDUSTRI KREATIF MELALUI PERAN *HUMAN CAPITAL* DAN *CUSTOMER CAPITAL*

Gendut Sukarno dan Kustini

sukarnogendut@yahoo.co.id

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN"Veteran" Jawa Timur

### ABSTRAK

Memasuki kompetisi dalam MEA pada 2017 ini, Indonesia tampaknya belum mampu melakukan persiapan dengan baik terkait dengan pembenahan *human capital* dan *customer capital* dalam usaha kecil menengah (UKM) dan industri kreatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji konsep *human capital* dan *customer capital* dalam industri kreatif di Jawa Timur. Populasi dalam penelitian ini adalah pemilik/pengelola/pimpinan seluruh sektor (14 sektor) industri kreatif di Jawa Timur. Sampel dalam penelitian ini adalah pemilik/pengelola/pimpinan 5 sub sektor industri kreatif di Surabaya, dengan sampel sebanyak 30 sebagai responden. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Partial Least Square* (PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *human capital* mampu memberikan kontribusi terhadap *customer capital* dengan arah hubungan positif. *Customer capital* mampu memberikan kontribusi terhadap kinerja industri kreatif dengan arah hubungan negatif. *Human capital* mampu memberikan kontribusi terhadap kinerja industri kreatif dengan arah hubungan positif.

**Kata kunci :** *human capital*, *customer capital*, dan kinerja perusahaan

### ABSTRACT

*Entering the competition in MEA in 2017, Indonesia seems unable to do well preparation related to the improvement of human capital and customer capital in small and medium enterprises (SMEs) and creative industries. This study aims to examine the concept of human capital and customer capital in the creative industries in East Java. The population in this study is the owner / manager / head of all sectors (14 sectors) creative industries in East Java. Sample in this research is owner / manager / leader 5 sub sector of creative industry in Surabaya, with sample counted 30 as respondent. Analysis technique used in this research is Partial Least Square (PLS). The results showed that human capital is able to contribute to customer capital with positive relationship direction. Customer capital is able to contribute to the performance of the creative industry with the direction of negative relationships. Human capital is able to contribute to the performance of the creative industry with the direction of positive relationships.*

**keywords:** *human capital*, *customer capital*, and company performance

## ANALISIS APBD KABUPATEN / KOTA JAWA TIMUR

**Aang Afandi, Andi Kusuma Indrawan, dan Basuki Rachmat**

E-mail: aang\_95@yahoo.co.id

Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Malang

Jl. Soekarno Hatta No 9 Malang

Telp. 0341-404424

### ABSTRAK

Analisis Anggaran Pendapatan & Belanja Daerah secara umum akan di analisis oleh masing – masing daerah untuk kepentingan perencanaan tahun berikutnya ataupun kepentingan – kepentingan lainnya. Untuk mempermudah proses analisis tersebut, maka menggunakan alat alat visualisasi yang mudah, menarik dan mudah dipahami. Salah satu alat visualisasi tersebut adalah menggunakan *Tableau Public*. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi kemampuan keuangan daerah di Jawa Timur dalam upaya menggali potensi pendapatannya, berikutnya mengidentifikasi pola belanja pemerintah daerah di Jawa Timur dan mengetahui efektivitas pemanfaatan *Tableau Public* sebagai perangkat lunak untuk menyajikan visualisasi data dan alat bantu analisis visual. Penelitian ini menggunakan data dengan periode waktu tujuh tahun, yakni tahun 2010 – 2016 dengan menggunakan seluruh populasi kabupaten/kota di Jawa timur, yakni 38 kabupaten/kota. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara umum pendapatan daerah di 38 daerah di Jawa Timur mengalami pertumbuhan yang memadai, pertumbuhan ini didukung dari pertumbuhan PAD dan Dana perimbangan. Belanja daerah pun juga mengalami pertumbuhan mengikuti kemampuan daerah. Sementara itu sampai dengan tahun 2016, masih terjadi defisit belanja. Namun demikian daerah secara umum telah melakukan penyertaan modal, walaupun masih dalam persentase yang relatif kecil.

**Kata kunci:** APBD (Anggaran Pendapatan & Belanja Daerah), Pendapatan, Belanja, Pembiayaan, Surplus/Defisit

## ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN ATAS KUALITAS PELAYANAN PT. TUNAS ARMINDO WISATA

Afrizal Dwi Prasetyo dan Nalal Muna

afrzldp@gmail.com, nalal.muna@gmail.com

Manajemen Pemasaran Industri Elektronika, Politeknik APP Jakarta

### ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi kinerja dan harapan dari kualitas pelayanan pada PT. Tunas Armindo Wisata dengan menggunakan SERVQUAL dan Importance Performance Analysis (IPA). Disamping itu, penelitian ini juga bertujuan untuk menganalisa tingkat kepuasan dan mengetahui indikator yang perlu ditingkatkan dalam memberikan pelayanan yang lebih baik. Penelitian ini menggunakan survei yang terdiri dari 38 atribut pernyataan dari dimensi kualitas pelayanan. Jumlah sample dalam penelitian ini adalah 55 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan index kepuasan pelanggan sebesar 75% yang menjelaskan bahwa konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh PT. Tunas Armindo Wisata. Namun, masih terdapat gap negatif dalam dimensi SERVQUAL yaitu pada bukti fisik (-7,34), kehandalan (-3,48), ketanggapan (-2,05), jaminan (-3,48) dan empati (-2,63). Oleh karenanya, berdasarkan analisis dalam diagram kartesius, aspek bukti fisik seperti kebersihan dan kerapian kantor merupakan indikator yang dapat digunakan untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

**Kata kunci:** kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan, dan analisis kinerja-harapan

### ABSTRACT

*The objective of this research is to identify the importance and performance of service quality in PT. Tunas Armindo Wisata using SERVQUAL and Importance-Performance Analysis (IPA). Besides that, this research aims to analyze the satisfaction level and highlight the important areas for service improvement. This research uses survey consists of 38 attributes of service quality dimensions. Total of 55 respondents are collected. The customer satisfaction index (CSI) is 75%, it shows that customers feel satisfied with the service quality of PT. Tunas Armindo Wisata. However, there are still negative gaps on SERVQUAL dimension : tangible (-7.34), reliability (-3.48), responsiveness (-2.05), assurance (-3.48) and empathy (-2.63). Therefore, based on Cartesius Diagram analysis, Tangible aspects i.g. the cleanliness and tidiness of the office need to be addressed to maximize the satisfaction level.*

**keywords:** customer satisfaction, service quality, and importance performance analysis



# PENGARUH PEMBERDAYAAN KARYAWAN DAN *LOCUS OF CONTROL* TERHADAP KINERJA KARYAWAN

Ega Leovani

Egaleovani@yahoo.com

Fakultas Bisnis dan Akuntansi, Universitas Katolik Musi Charitas

## ABSTRAK

Penelitian ini mencoba untuk mengetahui pengaruh pemberdayaan karyawan dan locus of control terhadap kinerja karyawan di PT. FIF Group cabang Palembang. Penelitian ini menggunakan variabel independen yaitu pemberdayaan karyawan (X1) dan *locus of control* (X2), serta *kinerja karyawan* sebagai variabel dependennya (Y). Pengumpulan data dalam penelitian menggunakan metode kuesioner yang disebar kepada 74 orang karyawan tetap PT. FIF Group cabang Palembang dengan metode *proportional cluster random sampling*, dimana populasi dikelompokkan berdasarkan bagian masing-masing, lalu masing-masing bagian akan diambil beberapa sampel dengan metode *simple random sampling* (Sekaran, 2000:283). Sedangkan analisis dilakukan dengan pengolahan data menggunakan SPSS 17.0 for windows. Variabel bebas *locus of control* secara parsial tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap variabel terikat kinerja karyawan. Maka dapat dikatakan bahwa *t* hitung *locus of control* tidak memiliki pengaruh terhadap kinerja karyawan yang artinya H1 ditolak. Variabel bebas pemberdayaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat kinerja karyawan. Maka dapat dikatakan semakin kuat pengaruh pemberdayaan maka semakin kuat hubungan kesesuaian antara pemberdayaan terhadap kinerja karyawan sebagai H2 dapat diterima

**Kata kunci:** Pemberdayaan karyawan, *Locus Of Control*, dan Kinerja Karyawan.

## ABSTRACT

*The purpose of this research is to find out the influence of employee empowerment and locus of control toward employee performance in PT FIF Group Palembang. This study involved the employee empowerment(X1) and locus of control (X2) as independent variables and employee performance as dependent variable (Y). The data was collected through questionnaire which distributed to 74 employees of PT. FIF Group Palembang. The respondents were selected by using proportional cluster random sampling method, which means that the population is grouped based on each part, thus the sample is selected from each part by using simple random sampling method (Sekaran, 2000:283). Whilst, the data were analyzed by using SPSS 17.0 program for windows. The independent variable (locus of control) partially did not positively influence and was not significant toward the dependent variable (employee performance). It is implied that *t* value of locus of control did not influence the employee performance which means H1 was rejected. The independent variable (empowerment) partially and positively influenced and was significant toward the dependent variable of employee performance. In other words, it can be said that the stronger the empowerment influence was, the stronger the appropriateness relation between empowerment toward employee performance would be, H2 was accepted.*

**keywords :** *employee empowerment, locus of control, and employee performance*

# ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG BERPENGARUH PADA NILAI PERUSAHAAN (STUDI KASUS PADA PERUSAHAAN PERBANKAN)

Kartika Dewi Sri Susilowati

kartika.dewi@polinema.ac.id

Program Studi Diploma IV – Keuangan, Politeknik Negeri Malang

## ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh kebijakan deviden, hutang dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan perbankan baik secara parsial maupun simultan. Populasi penelitian ini adalah sektor perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2009-2014. Dengan menggunakan metode *purposive sampling* diperoleh 6 perusahaan sebagai sampel. Menggunakan analisis regresi berganda, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial kebijakan deviden, hutang dan ukuran perusahaan berpengaruh secara positif terhadap nilai perusahaan. Variabel kebijakan deviden (DPR) mempunyai nilai  $t$  hitung dan koefisien beta yang paling besar, sehingga variabel kebijakan deviden (DPR) mempunyai pengaruh yang paling kuat dan dominan dibandingkan dengan variabel yang lainnya terhadap Tobins Q. Secara simultan kebijakan deviden, hutang dan ukuran perusahaan berpengaruh secara positif terhadap nilai perusahaan. Nilai perusahaan dari koefisien determinasi berganda dapat dijelaskan oleh kebijakan deviden, hutang dan ukuran perusahaan sebesar 59,4% dan sisanya 40,6% dipengaruhi oleh variabel-variabel yang lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Artinya secara simultan variabel kebijakan deviden, hutang dan ukuran perusahaan dapat dijadikan indikator dalam menilai suatu kinerja perusahaan dan mampu meningkatkan nilai perusahaan.

**Kata Kunci :** kebijakan deviden, hutang, ukuran perusahaan dan nilai perusahaan.

## ABSTRACT

*The objectives of this research are to examine the influence of dividend policy, debt and company's size against the value of the banking company's, either partially or simultaneously. Purposive sampling was used to collect the samples from 2009-2014 and retrieved 6 companies as samples. By using multiple regression analysis, the result of this study shows that dividend policy, debt and company's size, partially, influence positively to the company's value. The variable dividend policy has the biggest value  $t$ count and the beta coefficient, so dividend payout ratio (DPR) has the most powerful and dominant influence to other variables against Tobins Q. Simultaneously, dividend policy, debt and company's size influence company's value positively. The value of the company's from adjusted R square can be explained by the policy of dividends, debt and company's value amounting to 59.4% and the remaining 40.6% is influenced by other variables that are not discussed in this study. Based on the analysis, it can be concluded that the simultaneous variable dividend policy, debt and company's value can be used as indicators in assessing the company's performance and is able to increase the company's value.*

**keywords:** dividend policy, debt, company size and company value.

# DETERMINAN STRUKTUR MODAL DAN KEPEMILIKAN ASING PADA PERUSAHAAN INFRASTRUKTUR DI BURSA EFEK INDONESIA

Yudhia Mulya dan Edhi Asmirantho  
yudhia.mulya@yahoo.com, rantho.bs@gmail.com  
Fakultas Ekonomi, Universtas Pakuan

## ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini menganalisis determinan struktur modal yang terdiri dari *assets tangibility*, ukuran perusahaan, pertumbuhan, profitabilitas, pajak, usia perusahaan, dan kepemilikan pemodal asing. Penelitian dilakukan dengan menggunakan data panel pada perusahaan publik di sektor infrastruktur dalam periode 2011-2015. Model regresi panel digunakan dalam penelitian ini dengan metode *fixed effect*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *asset tangibility* dan ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap struktur modal. Sedangkan, profitabilitas dan umur perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap struktur modal. Hasil ini mendukung *pecking order theory* dimana perusahaan yang memiliki profit tinggi dan memiliki umur lebih lama cenderung menggunakan dana internal daripada menambah hutang. Sementara, pertumbuhan, tarif pajak efektif, dan struktur kepemilikan pemodal asing tidak memiliki pengaruh terhadap struktur modal.

**Kata kunci:** determinan struktur modal, kepemilikan asing, *fixed effect*, *pecking order theory*

## ABSTRACT

*The purpose of this research examine the determinant of capital structure which comprised of assets tangibility, size, growth, profitablity, tax, age, and foreign ownership. The research was based on panel data of infrastructure companies listed in Bursa Efek Indonesia over the peiod of 2011-2015. Fixed effect regression model was used in this research. The empirical results reveal that assets tangibility and size have a positive and significant effect on capital structure. On the other side, profitability and size have a negative and significant effect on capital structure. This findings support pecking order theory where more profitabale firms with older age prefer internal fund. While growth, effectice tax rate, and foreign ownership have no effect on capital structure.*

**keywords:** *assets tangibility, size, growth, effectice tax rate, profitability, age, foreign ownership, pecking order theory*

# DAMPAK KREDIT DAN MAKROEKONOMI TERHADAP STABILITAS BANK PEMBANGUNAN DAERAH DI INDONESIA

Michael Hadjaat dan Rizky Yударuddin

michael.hadjaat@feb.unmul.ac.id

rizky.yudaruddin@feb.unmul.ac.id

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mulawarman

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dampak kredit dan kondisi makroekonomi terhadap stabilitas pada Bank Pembangunan Daerah di Indonesia selama periode 10 tahun. Alat Analisis menggunakan regresi data panel dengan metode random efek. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pertumbuhan kredit berpengaruh negatif dan tidak signifikan. Loan loss provision dan tingkat bunga pinjaman sesuai dengan ekspektasi yaitu negatif. Sedangkan untuk kondisi makroekonomi, variabel produk domestik bruto berpengaruh positif signifikan sedangkan inflasi berpengaruh negatif tidak signifikan

**Kata kunci:** stabilitas, kredit, makroekonomi dan bank pembangunan daerah.

## ABSTRACT

*This study aims to examine the impact of credit (particularly loan growth, loan loss provision and credit interest rates) and macroeconomic conditions (seen from the growth of Gross Domestic Product and Inflation) on the stability of BPD banks in Indonesia over the last 10 years. The analysis tool uses panel data regression with random effect method. The results showed that credit growth showed a negative direction but not significant. LLP and loan interest rate in accordance with expectations that is negative. As for macroeconomic conditions, GDP variables have a significant positive effect while inflation has a negative effect is not significant.*

**keywords:** *Stability, Credit, Macroeconomics and Regional Development Bank.*

# ANALISIS SWOT PADA PERGURUAN TINGGI SWASTA DI INDONESIA DALAM MERUMUSKAN STRATEGI PENGUATAN DAYA SAING

**Imelda Junita**

imelda\_junita@yahoo.com

Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Maranatha

## ABSTRAK

Perguruan tinggi swasta di Indonesia harus mempersiapkan diri dalam menghadapi tantangan globalisasi ekonomi dan revolusi teknologi melalui serangkaian kebijakan strategis yang tepat. Suatu strategi yang efektif dalam rangka penguatan daya saing akan memaksimalkan kekuatan dan peluang yang dimiliki oleh suatu perguruan tinggi serta meminimalkan kelemahan dan ancaman yang dihadapinya. Pemahaman ini menjadi landasan dilakukannya analisis *SWOT* yang akan mengidentifikasi berbagai faktor tersebut secara sistematis untuk merumuskan strategi pada perguruan tinggi swasta di Indonesia. Tujuan makalah ini adalah untuk mendeskripsikan formulasi strategi pada suatu perguruan tinggi swasta di Indonesia berdasarkan analisis *SWOT* melalui studi kasus pada Program Studi Manajemen, Universitas Kristen Maranatha. Studi yang dilakukan menjelaskan bagaimana diperolehnya rumusan strategi yang akurat dan relevan dengan tantangan eksternal dan internal organisasi.

**Kata kunci:** analisis *SWOT*, perumusan strategi, penguatan daya saing

## ABSTRACT

*Private universities in Indonesia must prepare themselves to face the challenges of economic globalization and the technological revolution through a series of appropriate strategic policies. An effective strategy for strengthening competitiveness will maximize strengths and opportunities of organization and minimize the weaknesses and threats it faces. This understanding developed a basis SWOT analysis that will identify these factors systematically to formulate strategies for private universities in Indonesia. The purpose of this paper is to describe strategy formulation at private universities in Indonesia based on SWOT analysis through case study on Management Department, Maranatha Christian University. The study explains how to obtain accurate and relevant strategy with internal and external organizational challenges.*

**keywords:** *SWOT analysis, strategy formulation, strengthening competitiveness*

# PENYUSUNAN PETA JALAN PENELITIAN MANAJEMEN RANTAI PASOK

Sherlywati

Sherlywati.limijaya@gmail.com

Fakultas Ekonomi, Universtas Kristen Maranatha

## ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah memaparkan teknik dan kegunaan penyusunan peta jalan penelitian secara spesifik pada kajian manajemen rantai pasok (SCM). Data publikasi Scopus dan DOAJ sampai dengan 2016 memperlihatkan produktivitas penelitian di Indonesia perlu terus didongkrak dalam rangka menghasilkan penelitian yang aplikatif bagi industri privat maupun sektor publik. Dengan adanya peta jalan penelitian, peneliti akan fokus memperdalam ilmu pada rute yang telah didesain. Tulisan ini merupakan bagian dari perjalanan penyusunan peta jalan peneliti yang sedang dirancang, khususnya peta jalan penelitian SCM. Penelitian dilakukan dengan cara mengeksplorasi tren, perkembangan, dan isu SCM dari berbagai penelitian yang dilakukan oleh dosen di beberapa universitas kota Bandung. Pendekatan penelitian berupa kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa studi literatur, telahaan penelitian terdahulu, dan wawancara tertulis dengan beberapa ahli/dosen yang mendalami kajian SCM. Teknik pengolahan data dilakukan dengan pengkategorisasian isu topik penelitian, objek, metodologi, serta terminologi penelitian manajemen rantai pasok. Hasil penelitian memperlihatkan teknik penyusunan peta jalan penelitian, mulai dari (1) penentuan fokus kajian yang akan didalami, (2) penelaahan penelitian bidang SCM dari beberapa universitas di kota Bandung, (3) pendalaman tren, perkembangan, serta kemendesakan penelitian SCM yang bersumber dari hasil wawancara tertulis dan penelaahan literatur, dan (4) pengkategorisasian bahan dasar peta jalan penelitian, yakni isu, objek penelitian, metodologi penelitian, serta terminologi SCM.

**Kata kunci:** peta jalan, peta jalan penelitian, manajemen rantai pasok.

## ABSTRACT

*The purpose of this study is to describe the technique and usefulness of creating of the research road map, spesifically in the field of supply chain management (SCM). Scopus and DOAJ publication data up to 2016 showing the productivity of research in Indoensia should to be boosted in order to be applied to private and public sector. The existence of research road map can help researchers focus and deepen on the route that have designed. This paper is part of the ongoing research road map development, particularly research road map of SCM. This research was conducted bu looking at the trends, developments, and issues of SCM from various research conducted by researchers/lecturers at several universities in Bandung City. The approach of this research is qualitative approach with the technique of collecting study literature and written interview with some experts deepening field of SCM. Data processing technique is done by categorizing issues of research topic, object, methodology, and terminology of SCM. The result of research shows the technique of creating the research road map, starting from (1) determining the focus of the field of study, (2) study literature of SCM field from experts in several universities in Bandung, (3) deepening of trends, developments, and the urgency of SCM research derived from interviews and study literature review, and (4) categorization the ingredients of research road map, such as issues, research objects, research methodology, and research terminology.*

**keywords:** road map, research road map, supply chain management

# **PENGARUH *SERVICE EXPERIENCE* PADA *BRAND ATTITUDE*: KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

**Rully Arlan Tjahyadi**  
rullyarlan050679@gmail.com  
Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha

## **ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh *service experience* pada *brand attitude*, serta pengujian peran kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi. Analisis level individual dari sample 168 mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha dilakukan untuk menguji hipotesis. Pengujian validitas, reliabilitas, dan korelasi antar-konstruk dilakukan sebelum pengujian hipotesis. Regresi untuk variabel mediasi dipilih untuk menguji 3 (tiga) hipotesis. Hasil studi menunjukkan bahwa seluruh hipotesis mendapat dukungan. Temuan studi ini mengindikasikan bahwa *service experience* merupakan predictor kuat kepuasan pelanggan dan *brand attitude*. Temuan lainnya menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan memainkan peran sebagai mediasi parsial.

**Kata Kunci:** *Kategori Proses Jasa, Service Experience, Customer Satisfaction, Brand Attitude.*

## **ABSTRACT**

*The Purpose of this study is to examine the effect of service experience on brand attitude, and examine the role of customer satisfaction as mediation variable. Individual-level analysis from a 168 students in Economy Faculty of Maranatha Christian University was conducted to examine research hypothesis. Validity, reliability, and correlation were conducted before hypotheses testing. Multiple regression for mediation variable was used to examine three hypotheses. Result show that all hypotheses were supported. Findings indicate that service experience was a strong determinant of customer satisfaction and brand attitude. Other findings show that the role of customer satisfaction as a partial mediation.*

**Keywords:** *Category of Service Process, Service Experience, Customer Satisfaction, Brand Attitude*

***THE EFFECT OF JOB SATISFACTION AND MULTIDIMENSIONAL COMMITMENT ON SERVICE QUALITY OF CUSTOMER-CONTACT EMPLOYEE***

**Yunita Christy dan Rully Arlan Tjahyadi**  
cuynit@yahoo.com; rullyarlan050679@gmail.com  
Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha

**ABSTRAK**

Penelitian ini menguji pengaruh kepuasan kerja, komitmen *affective*, komitmen *normative*, dan komitmen *continuance* pada kualitas servis karyawan kontak-pelanggan. Analisis level-individual dari sampel 60 karyawan *frontliner* di Bank Central Asia Bandung mengindikasikan bahwa kepuasan kerja berpengaruh positif secara signifikan pada kualitas servis karyawan kontak-pelanggan. Hasil temuan penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan kerja ditemukan memiliki pengaruh lebih penting daripada tiga komponen komitmen organisasional dalam menentukan kualitas servis karyawan kontak-pelanggan.

**Kata kunci:** Manajemen Servis, Kepuasan Kerja, Tiga Komponen Komitmen Organisasional, Kualitas Servis

**ABSTRACT**

*This research examine the effects of job satisfaction, affective commitment, normative commitment, and continuance commitment on service quality of customer-contact employees. Individual-level analyses from a sample of 60 frontliner employees in Bank Central Asia at Bandung indicate that job satisfaction is positively and significantly associated with service quality of customer-contact employees. Research findings indicate that job satisfaction was found to be more important than three component of organizational commitment in determining service quality of customer-contact employees.*

**keywords:** *Service Management, Job Satisfaction, Three Component of Organizational Commitment, Service Quality*



**LONG TERM RELATIONSHIP AMONG THE ASIAN'S STOCK MARKET &  
JAKARTA COMPOSITE INDICES**

**Alvinatta Santoso dan Ignatius Roni Setyawan**  
*(The Best Alumnae Of Department Of Management  
Faculty Of Economics Tarumanagara University)*  
*(Lectures Of Department Of Management,  
Faculty Of Economics Tarumanagara University)*

**ABSTRAK**

Penelitian ini ditujukan untuk menguji signifikansi hubungan jangka panjang antara indeks harga saham Asia yang terdiri NIKKEI 225, KOSPI, HANG SENG, IMS, dan KLCI untuk IHSG dari tahun 1999 sampai 2013. Metode pengujian yang digunakan untuk menganalisis adalah Johansen co integrasi dan VECM .Selain itu, kami dapat membuktikan bahwa ada hubungan yang simultan jangka pendek yang signifikan antara indeks harga saham di Asia untuk IHSG meskipun hanya terjadi untuk indeks HANG SENG dan STI. Dengan demikian, kami menyimpulkan bahwa masih adanya ko integrasi antara indeks saham di Asia terhadap IHSG.

**Kata kunci:** indeks pasar saham di Asia, kointegrasi, VECM (Vector Error Correction Model, IHSG) JEL: G15, F15, F36

**ABSTRACT**

*This study is aimed to examine the significance of long run relationship among the stock price indices of Asia comprising NIKKEI 225, KOSPI, HANG SENG, STI, and KLCI to JCI from 1999 to 2013. The testing method used to analyze are Johansen co integration and VECM. Furthermore, we can prove that there is significant simultaneous short run relationship among stock price indices in Asia toward JCI although it reveals only from HANG SENG and STI. Thus, we conclude that there is still the co integration among stock indices in Asia toward JCI.*

**keywords:** stock market indices in Asia, co integration, VECM (Vector Error Correction Model, JCI) JEL: G15, F15, F36

**ANALISIS LEVERAGE SEBAGAI MEDIASI PENGARUH *MANAGERIAL OWNERSHIP* DAN *INVESTMENT OPPORTUNITY SET* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Studi Pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia)”**

**Sugeng Sulistiono dan Yusna**  
Politeknik Negeri Malang

**ABSTRAK**

Nilai perusahaan adalah pengukuran pasar modal terhadap perusahaan. Nilai perusahaan berkaitan dengan keputusan keuangan yang diukur dengan leverage. Leverage digunakan sebagai mediasi pengaruh managerial ownership dan investment opportunity set terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis (1) pengaruh tidak langsung *managerial ownership* terhadap nilai perusahaan melalui mediasi *Leverage*, (2) pengaruh tidak langsung *investment opportunity set* terhadap nilai perusahaan melalui mediasi *Leverage*. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan periode data 2011 sampai dengan tahun 2014. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik *purposive sampling* dan populasi didasarkan pada kriteria populasi. Perusahaan sampel penelitian merupakan sampel jenuh atau sensus dan jumlah sampel penelitian adalah 15 perusahaan. Metode analisis data adalah *Path Analysis* dan *Sobel Test* yang digunakan untuk menguji variabel mediasi *Financial Leverage*. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa *Leverage* tidak signifikan sebagai variabel mediasi pengaruh tidak langsung *managerial ownership* terhadap nilai perusahaan. Sedangkan *leverage* signifikan sebagai variabel mediasi pengaruh tidak langsung *investment opportunity set* terhadap nilai perusahaan.

**Kata Kunci :** Nilai.Perusahaan, *Leverage*, *Managerial Ownership*, *Investment Opportunity Set*,

**ABSTRACT**

*Firm value is an assessment of capital market on the firm. Firm value is associated with the financial decision that is measured through leverage. Leverage is utilized as the mediating variable of managerial ownership and investment opportunity set on firm value. The aims of this study are to examine and analyze ((1) the indirect effect of managerial ownership, on firm value through the mediation of leverage. (2) the indirect effect of investment opportunity set on firm value through the mediation of leverage This study was performed on the firms listed in the Indonesia Stock Exchange (BEI) During 2011 to 2014 period. The data collection was done by using purposive sampling while the population is chosen based on population criteria. The Firm involved as research sample are saturated sample or census as the number of research samples are 15 firms. The method of data analysis is Path Analysis and Sobel Test that are used to test are mediating role of investment opportunity set variable. The research findings show that the indirect effect of managerial ownership on firm value through the mediation of leverage is not significant, the indirect effect of investment opportunity set on firm value through the mediation of leverage is significant.*

**keywords:** *Firm Value, Leverage, managerial ownership, Investment Opportunity Set,.*

# STRATEGI PENGUATAN DAYA SAING USAHA KECIL DAN MENENGAH (UKM) SONGKET MENGHADAPI ASEAN ECONOMIC COMMUNITY (AEC)

Putri Anggreni dan Ni Wayan Suartini  
gekcay@gmail.com  
Fakultas Ekonomi, Universitas Mahendradatta

## ABSTRAK

Penelitian yang penulis lakukan dilatarbelakangi oleh adanya fakta merebaknya peredaran tekstil printing bermotif songket di Bali baik yang berasal dari produksi dalam negeri maupun luar negeri terutama dari Cina, yang tentu saja dijual dengan harga yang sangat murah. Fakta ini menyebabkan terjadi pergeseran pasar songket di Bali karena umumnya masyarakat awam lebih suka membeli produk tekstil bermotif songket, yang tentu saja dengan harga yang jauh lebih murah. Di sisi lain, Indonesia menjadi anggota ASEAN Economic Community (AEC), yang memiliki konsekuensinya adalah semua produk dan layanan harus bersaing dengan semua anggota negara ASEAN, begitu pula produk songket. Penelitian ini berfokus pada pusat songket di Pulau Bali, yang ada di Kabupaten Klungkung. Sampel ditentukan dengan teknik *non probability sampling* dan memilih 4 perusahaan songket, yang termasuk dalam Usaha Kecil dan Menengah (UKM), uji validitas data menggunakan teknik triangulasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa UKM songket harus menyiapkan beberapa strategi untuk bersaing dengan anggota negara lain dalam lingkup ASEAN Economic Community (AEC). Strategi tersebut akan dilakukan melalui strategi daya saing.

**Kata kunci:** ASEAN Economic Community (AEC), Usaha Kecil dan Menengah (UKM), songket, strategi daya saing.

## ABSTRACT

*This research is inspiring by the fact that Indonesian songket become to shifting market. Those shift cause of the circulation printing textile with songket motive both domestic and abroad come very faster. On the other side, Indonesia become as member of the ASEAN Economic Community (AEC), that have the consequentcies is all of products and services must compete with all Asean state members, so do the songket product. The research concentrated on the centres of Balinese songket, includes Klungkung regency. The sample determinate with non probability sampling and than elected 4 companies of songket, that include on Small and Medium Enterprises (SME), the test of data validity use the triangulasi technique. The result of this research show that UKM songket must preparing some strategies to compete with another state members of ASEAN Economic Community (AEC). Those strategies would be conduct to the mayor strategy namely the competitive power strategy.*

**keywords:** ASEAN Economic Community (AEC), Small and Medium Enterprise (SME), songket, competitive power strategy.

## **ANALISIS KECERDASAN KARYAWAN DAN DAMPAKNYA PADA KINERJA DENGAN KEPUASAN KERJA SEBAGAI VARIABEL MODERASI**

**Martaleni dan Wellington**

Martalenikulin65@gmail.com

pgwelly@gmail.com/+628132657320

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Gajayana Malang

PT Adiputro Wirasejati Malang

### **ABSTRAK**

Semakin pesatnya perkembangan pengetahuan dan teknologi, mendorong perusahaan untuk mengikuti perkembangan tersebut, bila ingin terus eksis dalam persaingan usaha yang semakin ketat. Perekrutan dan pembinaan Sumber daya manusia (SDM) yang tepat merupakan keniscayaan bagi keberlangsungan hidup sebuah perusahaan. Pengembangan strategi pengelolaan SDM juga harus dilakukan, agar SDM yang direkrut bisa optimal diarahkan untuk tujuan perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dan menganalisis kecerdasan emosional dan kecerdasan spiritual dan dampaknya pada kinerja karyawan dengan di moderasi oleh kepuasan kerja. Adapun obyek yang diteliti dalam penelitian ini adalah PT Adiputro Wirasejati tepatnya pada Departemen Persediaan. Berdasarkan analisis data, kecerdasan emosional dan kecerdasan spiritual berdampak signifikan dalam meningkatkan kinerja karyawan baik secara parsial maupun simultan. Selain itu, kepuasan kerja juga mampu memperkuat hubungan kepuasan emosional dan kepuasan spiritual terhadap kinerja karyawan secara signifikan .

**Kata kunci:** Kecerdasan emosional, kecerdasan spiritual, kepuasan kerja, kinerja

# ***THE USE OF NINE BUILDING BLOCKS OF BUSINESS MODEL CANVAS TO DETERMINE BUSINESS MODEL OF BRASS INSTRUMENT REPARATION BUSINESS***

**Rico Saktiawan Jang Jaya**

rico.saktiawan@gmail.com

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Alma Ata

## **ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini adalah merumuskan model bisnis untuk bisnis reparasi alat musik tiup logam di Yogyakarta dengan menggunakan sembilan blok bangunan kanvas model bisnis. Alat musik tiup logam adalah alat musik yang sensitif dan rentan terhadap kerusakan. Selain itu, alat musik tiup logam adalah alat musik dengan harga yang sangat mahal. Kerusakan sampai tidak bisa digunakan pada instrumen ini akan sangat disayangkan jika dibandingkan dengan harga belinya. Di Yogyakarta, tidak ada bisnis yang berfokus pada reparasi alat musik tiup logam. Padahal di Yogyakarta terdapat tujuh unit marching band, Fakultas Seni Pertunjukan ISI Yogyakarta, program studi Seni Musik Fakultas Bahasa dan Seni UNY, dan beberapa institusi lain yang memiliki alat musik tiup logam. Keberadaan pasar potensial ini tentu bisa menjadi peluang bagi bisnis reparasi alat musik tiup logam di Yogyakarta. Bisnis reparasi alat musik tiup logam merupakan bisnis baru di Yogyakarta. Oleh karena itu diperlukan model bisnis yang baik untuk berjalan secara efektif dan efisien. Kanvas model bisnis bisa membantu bisnis reparasi alat musik tiup logam untuk menggambarkan proses bisnisnya. Kanvas ini juga bisa membantu ide bisnis reparasi alat musik tiup logam agar lebih mudah diformulasikan menjadi model bisnis reparasi alat musik tiup logam. Perumusan kanvas model bisnis reparasi alat musik tiup logam disesuaikan dengan kondisi pasar reparasi alat musik tiup logam. Peta empati digunakan dalam penelitian ini untuk mendapatkan wawasan dari konsumen agar memudahkan perumusan sembilan blok bangunan. Proposisi nilai yang ditawarkan oleh bisnis ini adalah reparasi alat musik tiup logam yang handal dan dapat dipercaya dalam memperbaiki segala bentuk kerusakan pada alat musik tiup logam serta menerima reparasi di lokasi konsumen. Nilai yang ditawarkan ini adalah diferensiasi dan keunikan dibandingkan dengan reparasi alat musik tiup logam yang ada di Indonesia.

**Kata kunci:** Model bisnis, alat musik tiup logam, reparasi

## **ABSTRACT**

*The purpose of this research is formulate a business model for brass instruments reparation business in Yogyakarta by using nine building blocks of business model canvas. Brass instruments is a musical instrument that is sensitive and vulnerable to damage. In addition, brass instruments is a musical instrument with a very expensive price. Damage until cannot be used on this instruments would be very unfortunate if compared to the purchase price. In Yogyakarta, there is no business that focuses on brass instruments reparation. Whereas in Yogyakarta there are seven units marching band, Faculty of Arts Performing ISI Yogyakarta, study program Music Arts Faculty of Language and Art UNY, and several other institutions that have brass instruments. The existence of this potential market certainly can be an opportunity for the business market brass instruments reparation in Yogyakarta. Brass instruments reparation business is a new business in Yogyakarta. Therefore, it needs a good business model to work effectively and efficiently. Business model canvas can help brass instruments reparation business to describe the business process. This canvas also can help brass instrument reparation business idea can be more easily formulated into brass instrument reparation business model. The formulation of business model canvas brass instruments reparation business adapted to market conditions brass instruments reparation. Empathy map used in this research to get insight from costumers for convenience the preparation of nine building blocks. The value proposition offered by this business is brass instruments reparations that is reliable and trustworthy in repairing any kind of damage to brass instruments and receive reparations in the location of the consumer. The value offered is a differentiation and uniqueness compared to the existing brass instruments reparations in Indonesia.*

**keywords:** Business model, brass instruments, reparation

**IDENTIFIKASI POTENSI PERTUMBUHAN EKONOMI  
DENGAN PENDEKATAN MULTIPLIER EFFECT  
( STUDI KASUS DI SURABAYA, INDONESIA)**

**Yuniningsih Yuniningsih**

yuni\_upn@yahoo.co.id

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, UPN"Veteran"Jatim

**ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini mengidentifikasi potensi pertumbuhan ekonomi 5 kecamatan terdampak akibat pembangunan jalan lingkar Timur di Surabaya. Identifikasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar sector basis non basis mempunyai dampak pengganda terhadap kenaikan PDRB (Product Domestic Bruto) dari masing-masing kecamatan. Data yang digunakan adalah PDRB Kota Surabaya dan kecamatan, Pendapatan perkapita kota Surabaya dan kecamatan. Alat analisis dalam penelitian ini menggunakan Multiplier Effect (RPM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa multiplier effect (RPM) masing-masing kecamatan lebih dari 1.  $RPM > 1$  menunjukkan kriteria basis mempunyai dampak pengganda (*multiplier effect*) terhadap perkembangan PDRB bersama-sama sektor pelayanan (non basis) dalam jangka panjang. Kecamatan Sukolilo memiliki dampak pengganda tertinggi dibandingkan kecamatan lain.

**Kata Kunci:** Basis Non Basis Multiplier Effect, Pertumbuhan Ekonomi , Dan PDRB

**ABSTRACT**

*The purpose of this research is to identify the economic growth potential of 5 affected sub-districts due to the development of East Ring Road in Surabaya. Identification is used to find out how big base non base sector has multiplier effect to the increase of PDRB (Product Domestic Regional Bruto) from each sub-district. The data used are PDRB Surabaya city and sub-district, income per capita of Surabaya city and sub-district. Analyzer in this research using Multiplier Effect (RPM). The results showed that the multiplier effect (RPM) of each is sub-district more than 1.  $RPM > 1$  indicates is have the base criterion has a multiplier effect of development PDRB together with the service sector (non bases) on the long-term. Sukolilo Sub-district has the highest multiplier effect compared to other sub-districts.*

**keywords :** *Bases Non Bases, Multiplier Effect, Economic Growth, And PDRB*

# ANALISIS SIMULTAN STRUKTUR KEPEMILIKAN, *LEVERAGE*, DAN KEBIJAKAN DIVIDEN SEBAGAI MEKANISME KONTROL *AGENCY PROBLEM*

Silvia Waning Hiyun Puspita Sari

silvia\_waninghiyun@yahoo.com

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Alma Ata Yogyakarta

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah ada hubungan simultan dari struktur kepemilikan, leverage, dan kebijakan dividen. Hal ini dimaksudkan untuk menguji teori keagenan di Pasar modal Indonesia. Konflik keagenan dalam penelitian ini diproksi dengan nilai perusahaan (Tobins Q) sedangkan mekanisme pengendali konflik keagenan diproksi dengan kepemilikan institusional, leverage dan kebijakan dividen. Dalam penelitian ini peneliti menguji hubungan substitusi ketiga variabel endogen. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang bersumber pada Bursa Efek Indonesia, Osiris, IDX, dan *Blommborg* yakni semua perusahaan nonkeuangan yang memenuhi kriteria penyampelan dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode pengamatan 2010-2014. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi berganda *Seemingly Unrelated Regression* (SUR) dengan teknik data panel dan model simultan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dividen dan kepemilikan institusional tidak memiliki hubungan substitusi dalam mengurangi masalah keagenan sedangkan leverage dan kebijakan dividen serta kepemilikan institusional dan leverage memiliki hubungan yang substitusi dalam mengurangi masalah keagenan.

**Kata Kunci:** Kepemilikan Institusional, *Leverage*, Kebijakan Dividen, Nilai Perusahaan, Konflik Keagenan, *Seemingly Unrelated Regressions* (SUR)

## ABSTRACT

*This research aims to test whether there are simultaneous relationship from ownership structure, leverage, and dividend policy. This research aims to test the theory of agency theory in Indonesia capital market. Agency conflict in this research proxied with firm value (Tobins Q) while handler mechanism proxied by agency conflict with institutional ownership, leverage and dividend policy. In this study, researchers examining the relationship of the third substitution endogenous variable. The Data used in this research is a secondary data that originate on the Indonesia Stock Exchange, Osiris, IDX, and Blommborg . all companies that meet the criteria sample non financial and registered in Indonesia Stock Exchange on observation period 2010-2014. Analysis tool used in this research is the multiple regression Seemingly Unrelated Regression (SUR) with panel data techniques and simultaneous model. The results of the study showed that the dividend and institutional ownership does not have the relationship of substitution in reducing the problem of agency problems while leverage and dividend policy and institutional ownership and leverage have relationships that substitution in reducing agency problems.*

**keywords:** Institutional ownership, Leverage, Dividend Policy, firm value and the conflict of Agency problem, *Seemingly Unrelated Regressions* (SUR)

**MODEL REKRUTMEN DAN SELEKSI KARYAWAN PADA *SPIRITUAL COMPANY*  
(STUDI PADA MANGROVE GRAFIKA YOGYAKARTA)**

**Yayan Firmansah, Fajar Surya Ari Anggara, dan Ely Windarti Hastuti**

yayanf@unida.gontor.ac.id

Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Universtas Darussalam Gontor

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menyusun suatu model rekrutmen dan seleksi organisasi bisnis berbasis *spiritual company*. Metode yang digunakan adalah dengan mengkaji sistem rekrutmen dan seleksi di Mangrove Grafika Yogyakarta sebagai lokasi penelitian. Wawancara secara mendalam dan *focused group discussion* (FGD) juga dilakukan dengan pihak-pihak terkait, seperti karyawan, pakar SDM, dll. Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sistem rekrutmen dan seleksi di Mangrove Grafika Yogyakarta dipengaruhi oleh visi misi perusahaan yang mengusung konsep *spiritual company*. Hal ini tampak pada persyaratan kompetensi yang harus dimiliki oleh calon karyawan, dan metode serta tahapan seleksinya. Namun, proses rekrutmen dan seleksi karyawan di Mangrove Grafika Yogyakarta berjalan dengan kurang efektif dan efisien. Hal ini disebabkan belum tersosialisasikannya budaya perusahaan dengan baik. Oleh karena itu, dibutuhkan kerja sama dengan para *stakeholders* agar proses rekrutmen dan seleksi karyawan tersebut berjalan secara efektif dan efisien.

**Kata Kunci:** model, rekrutmen, seleksi, *spiritual company*

**ABSTRACT**

*This study aims to develop a model of recruitment and selection of business organizations based on the spiritual company. The method used is to assess the recruitment and selection system in Mangrove Grafika Yogyakarta as the location of the research. In-depth interviews and focused group discussions (FGDs) were also conducted with relevant parties, such as employees, human resources experts, etc. The conclusion that can be drawn from this research is recruitment and selection system in Mangrove Grafika Yogyakarta influenced by vision of company mission which carry concept of spiritual company. This is evident in the competency requirements that must be possessed by the prospective employee, and the method and stage of selection. However, the process of employee recruitment and selection in Mangrove Grafika Yogyakarta runs ineffectively and inefficiently. This is due to the corporate culture is not socialized well. Therefore, it is necessary to involve the stakeholders so that the recruitment and selection process run effectively and efficiently.*

**keywords:** model, recruitment, selection, *spiritual company*



**ENGAGEMENT KARYAWAN SEBAGAI PEMEDIASI PENGARUH *COPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DAN REPUTASI PERUSAHAAN TERHADAP *PHSYCHOLOGICAL WELLNESS* KARYAWAN**

**Anik Herminingsih**

Email : [aherminingsih@gmail.com](mailto:aherminingsih@gmail.com)

Program Magister Manajemen Pascasarjana Universitas Mercubuana Jakarta

**ABSTRAK**

Kondisi persaingan dalam dunia bisnis semakin meningkat, dimana dalam kondisi demikian diperlukan karyawan yang memiliki *engagement*. Karena karyawan dengan *engagement* akan memiliki semangat kerja yang tinggi, menyebarkan informasi positif tentang organisasi tempat dia bekerja, dan selalu berupaya memberikan yang terbaik bagi organisasi. Reputasi organisasi merupakan nilai yang penting bagi stakeholder organisasi, dimana dalam menjalankan suatu bisnis tidak boleh diabaikan. Demikian halnya dengan CSR yang merupakan praktik etis perusahaan diharapkan dapat menimbulkan suatu kebanggaan bagi para karyawan. Kedua faktor tersebut harus dikelola dengan tepat untuk menciptakan *engegement* karyawan. Penelitian ini bertujuan untuk menyusun model pengembangan *engagement* karyawan dan pengaruhnya terhadap kesejahteraan psikologis. Data diperoleh dengan menggunakan kuisioner dan diolah dengan *structural equation modeling* (SEM) menggunakan program AMOS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR berpengaruh signifikan terhadap reputasi perusahaan namun tidak berpengaruh langsung terhadap *engagement* karyawan, sementara reputasi perusahaan juga berpengaruh terhadap *engagement* karyawan. Pelaksanaan CSR berpengaruh terhadap *engagement* karyawan dan berpengaruh terhadap kesejahteraan psikologis karyawan, dan *engagement* karyawan beprngaruh terhadap kesejahteraan psikologis karyawan. Reputasi perusahaan tidak berpengaruh terhadap kesejahteraan psikologis karyawan. Secara keseluruhan terbukti bahwa CSR dan reputasi perusahaan berpengaruh terhadap kesejahteraan psikologis karyawan dengan dimediasi oleh *engagement* karyawan. Luaran penelitian diharapkan memberikan sumbangan bagi pengembangan teori manajemen sumberdaya manusia, khususnya dalam bidang pembentukan *engagement* karyawan.

**Kata kunci** : reputasi, *engagement* karyawan, *phsychoological wellness*.

# **PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN DAN PROFITABILITAS MELALUI STRUKTUR MODAL TERHADAP NILAI PERUSAHAAN**

**Fatima Rofika Ersya**

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya  
Kampus Ketintang, Surabaya, 60231  
Email: [fatinaersya@gmail.com](mailto:fatinaersya@gmail.com)

**Musdholifah**

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya  
Kampus Ketintang, Surabaya, 60231  
Email: [musdholifah@unesa.ac.id](mailto:musdholifah@unesa.ac.id)

## ***ABSTRACT***

*The purpose of this research is to understand the influence of firm size and profitability through capital structure as intervening variable on firm value. In this research, researcher use Tobins'Q to measure firm value. The object of this study were sector mining company listed at BEI period 2011-2014. The study uses a quantitative approach and secondary data. The methods of data analysis were path analysis models. The result of this study indicated that firm size variable has no influence on firm value. profitability variable has a positive and significant on firm value. Firm size variable has no influence on capital structure. Profitability variable has a negative and significant on capital structure. Capital structure variable has no mediate form size and profitability on firm value.*

*Keywords: firm value, capital structure, size, profitability.*

**PENGARUH WORD OF MOUTH, SOCIAL MEDIA DAN SERVICESCAPE  
TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KE TAMAN WISATA ALAM SIBIO-BIO  
(AEK SABAON)**

**Syafrizal Helmi Situmorang, Hardi Mulyono, dan Syakina Reza Harahap**

Shelmi09@gmail.com

hardisurbakti@gmail.com

e-mail: syakinarezaharahap@gmail.com

FEB Universitas Sumatera Utara

FE UMN Alwasliyah

FEB Universitas Sumatera Utara

**ABSTRACT**

*The purpose of this study was to determine the influence of Social Media, Word of Mouth, and Servicescape to visiting interest tourist to Sibio-bio (Aek Sabaon) Nature Park in South Tapanuli. The type of research is a causal associative research with data collection techniques in the form of questionnaires. In this study the large numbers of sample were obtained with accidental sampling technique as much as 130 respondents who were in location. Data was analyzed by using multiple regression. Data collection was made through questionnaires and interview. The results show that Social Media, Word of Mouth, and Servicescape simultaneously significantly influence the visiting of interest to Sibio-bio (Aek Sabaon) Nature Park. This research findings are partial test show that word of mouth have positive and significant effect to the visiting of interest, while social media and servicescape partially have positive and insignificant effect on visiting interest.*

**keywords :** *Sevicescape, Social Media, Word of Mouth , Minat berkunjung*

**PENGELOLAAN HUBUNGAN DENGAN PELANGGAN  
(CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT)  
GUNA OPTIMALISASI PENJUALAN  
(Studi Kasus pada PT BBG)**

**Meilisa Puspitasari dan Fajria Fatmasari**  
meilisapuspitasari70@yahoo.co.id, fajria@kemenperin.go.id  
Program Studi Manajemen Pemasaran, Politeknik APP Jakarta

**ABSTRAK**

Pengelolaan hubungan dengan konsumen saat ini menjadi salah satu fokus perusahaan. Di samping memperkuat jejaring, pengelolaan hubungan dengan pelanggan diyakini dapat memberikan dampak positif yang nyata bagi perusahaan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan segala aktivitas pada PT. BBG berkaitan dengan pengelolaan hubungan dengan konsumen (CRM) serta dampak dari aktivitas yang telah dilakukan. Metode penelitian bersifat deskriptif kualitatif. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, pengumpulan dokumentasi dan *in-depth interview* dengan pihak terkait, serta *desktop-research* beragam literatur berkaitan dengan CRM. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, diperoleh hasil bahwa serangkaian aktivitas berkaitan CRM dilakukan oleh PT. BBG. Berdasarkan frekuensi, aktivitas tersebut diklasifikasikan menjadi kegiatan rutin dan tidak rutin (*insidental*). Berdasarkan sifatnya, aktivitas pengelolaan hubungan dengan pelanggan dibedakan menjadi beberapa kegiatan, yakni hiburan, edukasi, dan olahraga. Aktivitas CRM dilakukan oleh PIC (*person in charge*) yang ditunjuk oleh perusahaan. Dampak dari aktivitas CRM pada PT. BBG antara lain perpanjangan kontrak, penambahan kapasitas volume gas, serta *brand associate*. Berdasarkan hal tersebut, dapat ditarik kesimpulan jika aktivitas CRM diperlukan guna mengoptimalkan penjualan sehingga mendatangkan keuntungan bagi perusahaan. Meskipun diperlukan biaya serta waktu untuk pendekatan, namun CRM sangat memberikan dampak positif bagi perusahaan.

**Kata kunci:** pengelolaan hubungan pelanggan, gas, kualitatif

**ABSTRACT**

*Management of customer relationships is now one of the company's focus. In addition to strengthening the network, customer relationship management is believed to have a real positive impact on the company. The purpose of this research is to explain all activities at PT. BBG relates to customer relationship management (CRM) as well as the impact of activities that have been done. The research method is qualitative descriptive. Data collection is done through observation, documentation collection and in-depth interviews with related parties, as well as desktop-research of various literatures related to CRM. Based on the research that has been done, obtained the result that a series of activities related to CRM conducted by PT. BBG. Based on frequency, these activities are classified into routine and non-routine (incidental) activities. Based on its nature, customer relationship management activities are divided into several activities, namely entertainment, education, and sports. The CRM activity is performed by the PIC (person in charge) designated by the company. The impact of CRM activity on PT. BBG includes contract renewal, gas volume capacity addition, and brand associate. Based on this, it can be deduced if CRM activity is needed to optimize sales so as to bring benefits to the company. Although cost and time is required for the approach, CRM has a positive impact on the company.*

**keywords:** *customer relationship management, gas, qualitative*

# **INTELLECTUAL CAPITAL TERHADAP KINERJA KEUANGAN DAERAH DAN PREDIKSI KINERJA KEUANGAN DI SUMATERA UTARA**

**Isfenti Sadalia, Corlina Fince Santalian, dan Novi Andrani Butar-Butar**

isfentisadalia@gmail.com

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universtas Sumatera Utara

## **ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *intellectual capital* terhadap kinerja keuangan dan prediksi kinerja keuangan pada pemerintah kabupaten dan kota di Provinsi Sumatera Utara. Variabel independen yang digunakan adalah *intellectual capital* yang diukur dengan VAIC™ yang terdiri dari Value Added Capital Employed (VACA), Value Added Human Capital (VAHU) dan Structural Capital Value Added (STVA). Variabel independen lainnya adalah Rate of Growth of Intellectual Capital (ROGIC). Variabel dependen yang digunakan adalah kinerja keuangan pemerintah daerah yang diukur dengan rasio kemandirian. Terdapat 22 kabupaten dan kota yang menjadi sampel penelitian, berdasarkan metode *purposive sampling*. Pengumpulan data menggunakan data sekunder yang diperoleh dari laporan APBD dan realisasi APBD pemerintah daerah kabupaten dan kota di Sumatera Utara. Analisis data yang digunakan adalah regresi linier sederhana. Hasil dari penelitian yang dilakukan menemukan bahwa secara simultan dan parsial *intellectual capital* berpengaruh terhadap kinerja keuangan pemerintah daerah. Secara simultan dan parsial *intellectual capital* berpengaruh terhadap kinerja keuangan daerah di masa depan. Terakhir, secara simultan dan parsial *Rate of Growth of Intellectual Capital (ROGIC)* berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan daerah di masa depan.

**Kata kunci:** *Intellectual Capital, Rate of Growth of Intellectual Capital (ROGIC)* dan Kinerja keuangan daerah

## **ABSTRACT**

*The purpose of this research is to analyze the influence of intellectual capital on financial performance and the prediction of financial performance on district and city governments in Sumatera Utara Provinc. The independent variables in this research is intellectual capital measured by VAIC™ consist of Value Added Capital Employed (VACA), Value Added Human Capital (VAHU) and Structural Capital Value Added (STVA). The other independent variable is Rate of Growth of Intellectual Capital (ROGIC). The independent variable is financial performance of local government measured by autonom ratio (rasio kemandirian). Sample of this research are 22 distict and city, with purposive samling method. The secondary data was collected from APBD report and APBD realisation of district and city government in Sumatera Utara Provinc. Data was analyzed by using multiple regression analysis. The result showed that simultaneously and partially intellectual capital has influence on financial performance of local government. Simultaneously and partially intellectual capital has influence on financial performance of local government in the future. Lastly, simulatneously and partially Rate of Growth of Intellectual Capital (ROGIC) has influence on financial performance of local government in the future.*

**keywords:** *Intellectual Capital, Rate of Growth of Intellectual Capital (ROGIC) and financial performance of local government.*

## **KUALITAS INTERAKSI DAN KEPRIMAAN KINERJA DALAM PEMASARAN RELASIONAL: PERAN KEPERCAYAAN SEBAGAI *KEY MEDIATING VARIABLE***

**Allen Kristiawan dan Rully Arlan Tjahyadi**

alenzkutez@gmail.com, rullyarlan050679@gmail.com,  
Staf Pengajar pada Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha

### **ABSTRAK**

Penelitian ini menguji pengaruh kualitas interaksi dan keunggulan kinerja terhadap kepercayaan dan menguji pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan. Analisis tingkat individu dari sampel 117 siswa studi Manajemen di Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha menunjukkan bahwa keunggulan kinerja secara positif dan signifikan dikaitkan dengan kepercayaan dan kepercayaan secara positif dan signifikan terkait dengan loyalitas pelanggan. Temuan penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan memainkan variabel mediasi kunci untuk membangun loyalitas pelanggan.

**Kata kunci:** Atribut Layanan, Hubungan Pemasaran, Kepercayaan, Loyalitas Pelanggan

### **ABSTRACT**

*This research examines the effects of interaction quality and performance excellence on trust and examines the effects of trust on customer loyalty. Individual-level analyses from a sample of 117 students of Management study at Economic Faculty of Maranatha Christian University indicate that performance excellence are positively and significantly associated with trust and trust are positively and significantly associated with customer loyalty. Research findings indicate that trust plays a key mediating variable to build customer loyalty.*

**keywords:** Service Attribute, Marketing Relationship, Trust, Customer Loyalty

# **MENSINERGIKAN ANTARA PERAN PEMERINTAH DAERAH TERHADAP PEMBERDAYAAN BUDAYA LOKAL KERAJINAN SONGKET PALEMBANG**

**Kristina Sedyastuti, Emi Suwarni, dan Deny Erlansyah**

kristinasedyastuti@yahoo.com

Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Binadarma Palembang

## **ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini untuk mendiskripsikan dan menganalisis peranan pemerintah daerah dalam pemberdayaan budaya lokal yaitu kerajinan Songket. Metode penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, dokumentasi dan observasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peranan Dinas Perindustrian dan Perdagangan dalam pemberdayaan Songket di kota Palembang sudah dilaksanakan dan ada pula yang masih dalam perencanaan. Beberapa yang telah dilaksanakan adalah: 1). Permodalan melalui pinjaman Bank BRI, Bank Perkreditan Rakyat (BPR), serta pendampingan dari Bank BI ; 2). Pelatihan ketrampilan songket dan manajemen pemasaran; 3).Penempatan nuansa Songket dalam setiap agenda acara; 4). Mengikuti dalam berbagai agenda/ even lokal, nasional maupun Internasional; 5). Membentuk paguyuban pengrajin Songket; 6). Pembuatan sentra songket. Adapun peranan pengrajin Songket dan pengusaha songket antara lain: 1). Berasal dari sejarah songket di wilayah Palembang dan Sumatra pada umumnya; 2). Pemenuhan alat dan bahan; 3). Proses pembuatan songket; 4). Proses mempertahankan motif Songket; 5).Proses pemasaran songket. Perencanaan yang kurang maksimal adalah: 1). Sumber daya manusia yang terlibat dalam usaha industri kecil masih rendah; 2). Proses daya saing pasar yang masih kurang; 3). Kualitas yang masih kurang karena bahan-bahan masih harus impor dari luar negeri. Faktor pendukung peranan Disperindag adalah: 1). Pembenahan sumber Daya Manusia dengan cara melatih pengrajin songket; 2). Mengikuti berbagai acara nasional maupun internasional yang diadakan di Palembang 3). Melindungi Motif Songket Palembang karena berbeda dengan motif -motif songket di daerah lain.

**Kata Kunci:** Budaya Lokal, Sinergitas Pemerintah Daerah, pemberdayaan

# PENGUNGKAPAN PROGRAM CSR DAN DAMPAKNYA TERHADAP KINERJA KEUANGAN DAN HARGA SAHAM

Marisya Mahdia Khoirina dan Ana Khusnul Awaliyah  
marisya.khoirina@uisi.ac.id, annakhusnul.a@gmail.com  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Internasional Semen Indonesia

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap kinerja keuangan dan harga saham. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berdasarkan standar *Global Reporting Initiative* (GRI). Variabel dependen adalah kinerja keuangan yang diproksikan dengan *Return on Asset* dan *Return on Equity* dan harga saham yang diproksikan dengan *closing price* akhir tahun. Sampel yang digunakan adalah perusahaan manufaktur sektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2015. Pemilihan 12 sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Analisis data yang digunakan adalah *Partial Least Square* (PLS) dengan menggunakan *software SmartPLS 3.0*. Pengujian hipotesis menggunakan teknik *bootstrapping*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil uji hipotesis pertama menunjukkan hubungan negatif antara pengungkapan CSR dengan kinerja keuangan karena hasil uji statistik yang menunjukkan nilai *t-statistic* sebesar  $1,951 < t\text{-tabel} (1,96)$ , sehingga hipotesis pertama ditolak. Hasil uji hipotesis kedua menunjukkan terdapat hubungan positif dan signifikan antara pengungkapan CSR dengan harga saham. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji statistik menunjukkan bahwa nilai *t-statistic* adalah lebih besar dr *t-tabel* yaitu  $1,988$ . Hal ini berarti semakin besar pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan *food and beverage* akan memungkinkan untuk meningkatkan harga saham perusahaan.

**Kata kunci:** Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, Kinerja Keuangan dan Harga Saham

## ABSTRACT

*The purpose of this research is finding the impact of corporate social responsibility disclosure on corporate financial performance and stock price. The independent variable is corporate social responsibility disclosure based on standard CSR disclosure Global Reporting Initiative (GRI). The dependent variable is financial performance which is proxied by Return on Assets and Return on Equity and stock price which is proxied by closing price. The sample used in this study is the food and beverage companies which is listed in Indonesia Stock Exchange (IDX) period 2011-2015. By using purposive sampling, total of sample in this study are 12 of food and beverage companies. The analysis of the data used Partial Least Square (PLS) with software SmartPLS 3.0. The research hypothesis using bootstrapping. The results show that (1) the disclosure of corporate social responsibility has a negative influence on financial performance with *t-value*  $1,951 < t\text{-table} (1,96)$ . (2) The disclosure of corporate social responsibility has a positive and significant influence on stock price with *t-value*  $1,988 > t\text{-table} (1,96)$ . It means, a better Corporate Social Responsibility Disclosure in annual reports from food and beverage companies will make a higher stock price.*

**keywords:** *Corporate Social Responsibility Disclosure, Corporate Financial Performance and Stock Price*



# **CORPORATE GOVERNANCE, STRUKTUR MODAL, LEVERAGE DAN KINERJA KEUANGAN : STUDI PADA PERUSAHAAN PERTAMBANGAN DI INDONESIA**

**Abdul Azis dan Ulil Hartono**

Email : ulilhartono@unesa.ac.id

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya

## **ABSTRACT**

*This research aim to determine the effect of board size, independent commissioner, audit commite, long term debt equity ratio, debt to asset ratio, dan debt to equity ratio on Company's Financial Performance of Mining Sector Company Listed on Indonesian Stock Exchange (IDX) in 2011-2015. The population of this research consisted of 41 companies, the sample consisted of 28 companies that were taken using propovise sampling. This research used multiple linear regression method. The results of this research indicate that partially variables board size, komisaris independen, komite audit, long term debt equity ratio, and debt to equity ratio has no affect on company's financial performance. Variable debt to asset ratio significantly negative affect on company's financial performance. Simultaneously, board size, komisaris independen, komite audit, long term debt equity ratio, debt to asset ratio, dan debt to equity ratio significantly affect on company's financial performance. The main recommendations given this research of the effect of debt asset ratio againts company's financial performance, if companies use debt to asset ratio for funding external then it will have an effect in the company's financial performance decline. Investors can use the debt to asset ratio for consideration in investment decision making.*

**keywords:** *good corporate governance, capital structure, leverage, financial performance.*

**PENGARUH PENGEMBANGAN KARIR TERHADAP KOMITMEN KARIR  
KARYAWAN MELALUI KOMPENSASI FINANSIAL DAN PELATIHAN DAN  
PENGEMBANGAN KARYAWAN SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING*.  
(Studi pada Bank Syariah di Kecamatan Sidoarjo dalam meningkatkan kinerja UMKM di  
Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur, Indonesia)**

**Rizky Eka Febriansah**  
rizkyfebriyanzah@umsida.ac.id  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

**ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui keterkaitan dari pengembangan karir karyawan pada Bank Syariah di Kabupaten Sidoarjo dan dampaknya untuk pengembangan UMKM di Kabupaten Sidoarjo. Seorang karyawan yang mendapatkan komitmen karir di dalam kehidupan kerjanya akan memberikan performa yang tinggi dan tidak mudah menyerah dalam menghadapi tantangan dalam pekerjaannya. Pada setiap kesuksesan karir karyawan yang mengarahkan mereka ke sebuah komitmen, organisasi perlu memberikan atau mengelola karir karyawannya. Salah satu cara yang tepat untuk menghasilkan komitmen karir bagi karyawan adalah pemberian pengembangan karir yang tidak hanya sesuai dengan keinginan karyawan, tetapi juga sesuai dengan kebutuhan sumber daya manusia dalam organisasi tersebut. Komitmen karir akan tumbuh pada karyawan jika organisasi memberikan karyawan kesempatan untuk mengembangkan dan melatih kemampuannya demi kemajuan karir mereka. Pemberian kompensasi finansial secara adil dan rasional dari organisasi juga merupakan salah satu cara yang tepat demi menghasilkan komitmen karir karyawan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menguji hipotesis. Teknik analisis yang digunakan adalah Analisis Partial Least Square (PLS).

**Kata Kunci:** Pengembangan Karir, Komitmen Karir, Kompensasi Finansial, Pelatihan dan Pengembangan Karyawan.

**ABSTRACT**

*The purpose of this research is to know the relevance of career development of employees at Bank Syariah in Sidoarjo Regency and its impact to the development of UMKM in Sidoarjo Regency. An employee who earns a career commitment in his or her working life will provide a high performance and not easily give up in the face of challenges in his work. At every employee career success that leads them to a commitment, the organization needs to provide or manage the career of its employees. One of the right ways to generate career commitment for employees is the provision of career development that is not only in accordance with the wishes of employees, but also in accordance with the needs of human resources within the organization. Career commitments will grow in employees if organizations give employees the opportunity to develop and train their skills to advance their careers. Fair and rational financial compensation from the organization is also one of the right ways to generate employee career commitments. This research uses a quantitative approach to test the hypothesis. The analysis technique used is Partial Least Square Analysis (PLS).*

**keywords:** Career Development, Career Commitment, Financial Compensation, Training & Development.

## **MODEL PENENTU MARKET PRICE OF SHARE PADA SEKTOR MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BEI**

**Tita Deitiana dan Renata Chriselda**

tita@stietrisakti.ac.id  
renrenata16@gmail.com  
STIE Trisakti

### **ABSTRACT**

*The purpose of this study to investigate the factor that influence Market Price of Share in Manufacture companies. The second objective is to identify influence independent variable to dependent variable. Data for this study is the financial ratios calculated from the financial statement of Manufacture in Indonesia Stock Exchange over the five year period 2010 until 2014. The number of sample with purposive sampling method are 8 company as part of 119 Manufacture company. This study also measured by multiple linear regression method with software E-views 7.2. The result show that there is significant relationship between Dividend per Share, Earnings per Share, and Book Value also there is not a significant relationship between Dividend Payout Ratio, Return on Networth, Price Earnings Ratio and Size with Market Price of Share.*

**keywords:** *Market Price of Share, Dividend per Share, Earnings per Share, Book Value, Dividend Payout Ratio, Return on Networth, Price Earnings Ratio, and Size*

**MANAGING GLOBAL TALENTS IN FACING VUCA THROUGH WISDOMS,  
INNOVATIONS, AND NETWORKS**

**Fajar Surya Ari Anggara**

email: fajarsurya@unida.gontor.ac.id

*Faculty of Economics and Management, University of Darussalam Gontor Ponorogo*

**ABSTRACT**

*The purpose of this paper is to evidence the framework any global talents is currently facing in front of three specific situations: a volatile, uncertain, complex and ambiguous world (VUCA). This paper based on the exploration of wide and extensive array of literature from various disciplinary areas, three main critical factors : wisdom, innovation, and network. The paper views talents as agent of change in VUCA world. It brings new insights to a social and organizational analysis of talents today. The framework suggests concept and outlines practical implications for professionals. This paper offers a framework and main concept to illustrate the theories, skills, abilities and different approaches converging within talents as an agent of change to improve business growth and steady development in VUCA World. A talent who attempts to “bring out” the positive in each person, in every context in which he or she is immersed, a talent who seeks the best interventions possible according to his or her capabilities and resources to survive in VUCA World. In this paper the author uses metaphors as an interesting method to say something with multimodal meanings under the “triple bottom concepts” of WIN (Wisdom, Innovation, and Network) generation, and leadership style.*

**Keywords :** *Global Talent, Management Development, VUCA, Wisdom, Innovation, Network*

# MENINGKATKAN KEUNGGULAN KOMPETITIF UMKM MELALUI KAPASITAS INOVASI DI ERA MEA DENGAN PERSPEKTIF *GENDER*

Maya Yusnita dan Nanang Wahyudin

maya.yusnita@yahoo.com, wahyudin\_ubb@yahoo.co.id

Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung

## ABSTRAK

Data yang dihimpun oleh *World Economic Forum*, daya saing negara Indonesia masih dibawah daya saing negara-negara ASEAN lainnya seperti Singapura, Malaysia, Brunei Darussalam dan Thailand. Penyebabnya ialah adanya indikasi relatif rendahnya tingkat inovasi. Peningkatan inovasi ditentukan oleh sumberdaya manusia yang dimiliki oleh organisasi. Inovasi merupakan sebuah keluaran dari organisasi yang memanfaatkan sumber daya input berupa pengetahuan (*knowledge*), informasi dan pengalaman. Oleh karena itu, kunci utama keberhasilan dari sebuah inovasi terletak pada pengetahuan dan kualitas sumber daya manusia. Kendati jumlah UMKM semakin meningkat, modal, inovasi produk serta aspek pemasaran masih menjadi kendala utama dalam pengembangan UMKM di kabupaten Bangka. Selain itu, UMKM seringkali kalah bersaing dengan usaha besar yang didukung dengan sumberdaya finansial, manusia, serta kemampuan manajerial yang baik. Tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kapasitas inovasi terhadap keunggulan kompetitif, serta bagaimana perbedaan kapasitas inovasi antara pengusaha laki-laki dan pengusaha perempuan. Responden penelitian berjumlah 60 pelaku usaha mikro di kabupaten Bangka yang tersebar pada 5 kecamatan, antara lain Merawang, Mendo Barat, Puding Besar, Sungailiat dan Belinyu. Data yang terkumpul diolah dengan menggunakan metode analisis regresi serta uji beda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kapasitas inovasi berpengaruh signifikan terhadap keunggulan kompetitif pada usaha mikro di kabupaten Bangka serta secara gender, tidak ada perbedaan kapasitas inovasi yang dimiliki oleh pengusaha usaha mikro di kabupaten Bangka.

**Kata kunci:** kapasitas inovasi, keunggulan kompetitif, *gender*

## ABSTRACT

*According to data that compiled by the World Economic Forum, Indonesia's competitiveness is still under the competitiveness of other ASEAN countries such as Singapore, Malaysia, Brunei Darussalam and Thailand. The cause is the indication of the relatively low level of innovation. Increased innovation is determined by the human resources owned by the organization. Innovation is an output from organizations that utilize input resources in the form of knowledge, information and experience. Therefore, the success key of an innovation lies in the knowledge and quality of human resources. Despite the increasing number of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs), capital, product innovation and marketing aspects are still a major obstacle in the development of MSMEs in Bangka district. In addition, SMEs are often unable to compete with large businesses supported by financial resources, human, and good managerial skills. The purpose of this study is to know and analyze the effect of innovation capacity on competitive advantage, and how the difference in innovation capacity between male entrepreneurs and women entrepreneurs. The respondents are 60 micro business actors in Bangka Regency that spread over 5 districts, including Merawang, Mendo Barat, Puding Besar, Sungailiat and Belinyu. The data are processed by using regression analysis method and different test. The results show that innovation capacity has a significant effect on competitive advantage in micro business in Bangka district; based on gender, there is no difference of innovation capacity owned by micro business entrepreneurs in Bangka regency.*

**keywords:** *innovation capacity, competitive advantage, gender*

**ANALISIS DETERMINAN YANG MEMPENGARUHI KUALITAS LABA  
STUDI PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR DI BURSA EFEK INDONESIA  
(Periode 2012 – 2016)**

**Heni Kusumawati dan Shita Lusi Wardhani**  
Dosen Tetap STIE YKPN Yogyakarta

***ABSTRACT***

*This study aims to obtain empirical evidence on the relationship of factors that affect the Company's Profit Quality as expressed by Earnings Response Coefficient (ERC). Exogenous variables in this study include Institutional Ownership, Debt Structure, Debt Structure on Institutional Attribution, Growing Opportunities, Company Size of Systematic Risk and Consistency of Profit. The research sample is manufacturing companies listing on Indonesia Stock Exchange with research period year 2011-2015. The number of research samples is 615 samples with the number of manufacturing companies that meet the sample requirements of 123 companies consisting of 18 industry groups. The method of analysis by using multivariate regression, obtained the findings indicate that the size of the company (size) significantly influence the direction of positive relationship to the Quality of Earnings presented in the financial statements. While the variable of Institutional Ownership, Debt Structure, Debt Structure on Institutional Attribution, Growing Opportunity, Systematic Risk and Consistency Profit is not proven to have a significant effect on Company's Profit Quality.*

***keywords:*** Profit Quality, Earnings Response Coefficient (ERC), Institutional Ownership, Debt Structure, Growing Opportunity, Company Size Systematic Risk, Consistency of Profit

## **HEALTH AND WELLNESS TOURISM IN INDONESIA: PROSPECTS AND CHALLENGES**

**Leonardi Lucky Kurniawan**

leonardi@staff.ubaya.ac.id ; leonardilk3@gmail.com

Politeknik Ubaya

### **ABSTRAK**

Wisata kesehatan dan kebugaran akhir-akhir ini menjadi tren yang terus berkembang di banyak negara dan terbukti banyak menarik wisatawan asing maupun lokal. Menurut *the Global Wellness Tourism Congress 2013 (GWTC)*, pasar wisata kesehatan mencapai hampir setengah triliun dolar dan memberikan sumbangan 14% dari keseluruhan *global tourism revenues (New Study Reveals Wellness Tourism, 2013)*. Indonesia adalah negara besar yang memiliki keragaman budaya yang unik dan lingkungan yang sangat menarik serta memiliki banyak kekayaan alam dan sumberdaya yang potensial dan mendukung sehingga layak dikembangkan menjadi destinasi wisata kesehatan dan kebugaran. Tujuan paper ini adalah membangun atau meningkatkan kesadaran kita pentingnya peranan wisata kesehatan dan kebugaran di Indonesia untuk mendukung pengembangan industri pariwisata di Indonesia khususnya dan meningkatkan pertumbuhan perekonomian di Indonesia umumnya. Penelitian yang dilakukan menganalisis faktor terkait dengan harapan wisatawan kesehatan dan kebugaran serta berbagai faktor terkait dengan keunggulan yang ditawarkan bagi wisatawan dan tantangan yang dihadapi dalam mengembangkan wisata kesehatan dan kebugaran. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dan kualitatif.

**Kata kunci:** pengembangan wisata kesehatan dan kebugaran, potensial, tantangan, pertumbuhan perekonomian di Indonesia

### **ABSTRACT**

*Health and wellness tourism is recognized as one of the most developed sector of today's thriving tourism industry that has increased its activity worldwide. In many countries, health and wellness tourism is one of the fastest growing segments of the global tourism market. According to the Global Wellness Tourism Congress 2013 (GWTC), health tourism is a near half-trillion dollar market, representing 14% of total global tourism revenues (\$3.2 trillion) overall (New Study Reveals Wellness Tourism, 2013). Indonesia is a country with unique culture having a naturally appealing environment and is a rich source of health and wellness resorts with indigenous healing and wellness traditions. With these competitive advantages, Indonesia has a potential opportunity to promote tourism entrepreneurship through health and wellness tourism. Little research has been done in this area as yet. The paper aims to raise the awareness of the power of health and wellness tourism for economic growth in Indonesia or of the potential opportunities it offers and to elaborate strategic plan for nurturing tourism entrepreneurship in Indonesia through health and wellness tourism. A research has been carried out to examine the push factors of wellness tourists' expectations with the pull factors of tourism's offerings and to investigate the role of the Indonesian government and related institutions and or organizations in taking up the opportunity.*

**keywords:** *health and wellness tourism, potential opportunities, push and pull factors*

# PERANAN SEORANG *BRAND AMBASSADOR*: BAGAIMANA ARTIS LAUDYA CHINTYA BELLA MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ZOYA BAGI KONSUMEN DI KOTA BANDUNG?

Cut Irna Setiawati dan Mohammad Syaifie Tanjung

setiawaticutirna@gmail.com

syaifietanjung@gmail.com

Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom

## ABSTRAK

Pada tahun 1990 tren *fashion* di Indonesia mulai bangkit. Hal ini juga mendorong pertumbuhan *fashion* busana Muslim di Indonesia. Bandung pada saat ini bisa dikatakan sebagai Kota *fashion* tercepat di Indonesia begitu juga dengan *fashion* busana Muslim. ZOYA merupakan produk yang sedang diunggulkan pada saat ini. Pada Tahun 2015 ZOYA meraih “Top Brand Award” dalam kategori kerudung bermerek penilaian didasarkan pada salah satu indikator yang berkaitan dengan keputusan pembelian yang secara bersamaan pada tahun 2015 Laudya Cynthia Bella menjadi *brand ambassador* ZOYA. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *brand ambassador* Laudya Cynthia Bella terhadap keputusan pembelian produk ZOYA. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan analisis deskriptif dan kausal. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen ZOYA yang telah melakukan pembelian produk ZOYA pada *outlet* Bandung Indah Plaza, Festival Citylink, dan Pasar Baru di kota Bandung. Sampel penelitian ini berjumlah 100 orang dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier sederhana. Berdasarkan hasil regresi linier sederhana diketahui atribut *brand ambassador* Laudya Cynthia Bella seperti *visibility*, *credibility*, *attraction*, dan *power* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk ZOYA sebesar 17,5% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

**Kata kunci:** *brand ambassador*, keputusan pembelian, dan industri fashion

## ABSTRACT

*In 1990 the trend began to rise that also encourages the Muslim fashion trends in Indonesia. Nowadays, Bandung is considered as the most rapidly growing fashion city in Indonesia also for the Muslim fashion trends. In 2015, ZOYA won the “Top Brand Award” for the best scarf category based on one of the indicators of the customer’s purchase decision when at the same time Laudya Cynthia Bella become ZOYA’s brand ambassador which accordingly, the researcher is interested in conducting research. This study aims to determine how much is the influence of Laudya Cynthia Bella as ZOYA’s brand ambassador on its product purchase decisions. This study is using a quantitative method with descriptive and causal analysis. The population of this research is ZOYA’s customer in several outlets including ZOYA Bandung Indah Plaza, ZOYA Festival Citylink, and ZOYA Pasar Baru who had already purchase ZOYA’s product with total sample of 100 customers using purposive sampling technique. The analysis technique used in this study is simple linear regression. The result shows that the attribute of Laudya Cynthia Bella as a brand ambassador namely visibility, credibility, attraction and power have a significance number of influence towards ZOYA’s products of 17,5% and the rest are affected by another variables that not studied in this research.*

**keywords:** *brand ambassador, purchasing decision, and fashion industry*



# **OPTIMIZATION HUMAN RESOURCE MANAGEMENT OF EMPLOYEE AT SHARIA BANKING INDUSTRY**

**Deki Fermansyah**

dekifermansyah@radenintan.ac.id

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung

## **ABSTRACT**

*The passing free market of the Asean Economic Community (AEC) at the end of 2015 increasingly demanded tight business competition. Moreover, financial market integration challenges ASEAN came into effect, without exception sharia banking as a business organization. Sharia banking must have more value as compared to other sharia banking. Moreover the challenge of ASEAN finance market integrity will be applied, without any exception, sharia bank as a business organization. Sharia banking should have more privileges comparing to other companies. These privileges can be achieved if employees of a company can optimize their responsibilities effectively and efficiently. It shows that the employee engagement in that company is high. This research used explanatory method. The testing of the relationship in model latent variable used path analysis with 189 respondents. The statistical test results showed that employee engagement affected the performance of employees 59,9 percent. It meant the level of employee performance was able to be influenced by employee engagement 59,9%, while the rest 40,1% was explained by the other factors outside of the model.*

**keywords:** *Engagement, Performance, Sharia Banking*

# **KAJIAN KOMPETENSI DAN BEBAN KERJA APARATUR KEWILAYAHAN (KECAMATAN) KOTA BANDUNG**

**Joeliaty**

joeliaty@yahoo.co.id

Departemen Manajemen FEB Unpad

## **ABSTRAK**

Di era persaingan global dituntut penyelenggaraan pemerintahan yang efisien dan efektif. Untuk menghadapi hal tersebut menuntut profesionalisme sumber daya aparatur dalam pelaksanaan tugas pemerintahan. Pada kenyataannya profesionalisme yang diharapkan belum sepenuhnya terwujud, terutama dari segi jumlah dan kompetensinya.. Maksud dari kajian ini adalah menciptakan pemetaan pemenuhan kebutuhan aparat kewilayahan serta kompetensi yang dibutuhkan khususnya tingkat kecamatan kota Bandung sebanyak 30. Alat analisis yang digunakan bersifat baik kualitatif maupun kuantitatif, metode yang digunakan adalah analisis deskriptif non probabilistic. Hasil dari kajian ini adalah besaran jumlah aparatur kewilayahan yang dibutuhkan dapat dilihat dari variable diferensial yang menjadi pembeda dari masing-masing kecamatan. Sedangkan kompetensi yang dibutuhkan bagi aparatur kewilayahan dibagi menjadi dua kelompok yaitu kelompok jabatan structural dengan standarisasi kompetensi manajerial dan kelompok jabatan fungsional dengan standarisasi kompetensi teknis.

**Kata kunci** : Kompetensi, Beban Kerja, Aparatur Kewilayahan

# KEPEMIMPINAN DAPAT MENINGKATKAN KOMITMEN ORGANISASIONAL MELALUI PEMBERDAYAAN KERJA

**Rahmi Widyanti**

rahmiwidyanti@yahoo.com

Universitas Islam Kalimantan (Uniska) MAB Banjarmasin

## ABSTRAK

Komitmen karyawan sangat penting bagi kelancaran aktivitas perusahaan. Karyawan yang memiliki tugas rangkap sebagai petugas lapangan tidak hanya bekerja di dalam kantor memiliki komitmen yang berbeda dengan karyawan yang memiliki satu tugas saja.

Tujuan penelitian ini untuk menguji dan menganalisis pengaruh kepemimpinan terhadap pemberdayaan kerja serta dampaknya terhadap peningkatan komitmen organisasional karyawan lapangan.

Penelitian dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif yang membentuk hubungan kausal antar variabel. Unit analisis adalah petugas lapangan. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 52 petugas lapangan dengan teknik pengambilan sampel sensus. Teknik analisis data yang dipergunakan dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi dua, yaitu teknik analisis statistik deskriptif dan teknik analisis statistik inferensial dengan menggunakan PLS (*Partial Least Square*).

Penelitian ini menemukan bahwa kepemimpinan yang berorientasi pada prestasi sebagai bentuk dari kepemimpinan, masing-masing dapat memberikan peningkatan pada pemberdayaan kerja tenaga lapangan yang akhirnya berdampak pada peningkatan komitmen organisasional. Penelitian ini tidak dapat mengakomodasikan semua yang dihipotesiskan karena adanya kepemimpinan yang dipersepsikan oleh karyawan tidak dapat memberikan peningkatan yang signifikan terhadap komitmen organisasional secara langsung. Namun demikian penerapan pemberdayaan kerja karyawan ditemukan dapat meningkatkan komitmen organisasional secara signifikan.

**Kata kunci:** Kepemimpinan, pemberdayaan kerja, komitmen organisasional

## ABSTRACT

*Commitment employees' are very important for the company activities. Employee who has a double duty as officers not only working in the office has committed differently from employees' has a only one duty. The purpose this study to examine and analyzes the influence of leadership to work empowerment and its impact on improving organizational commitment employees'. The research was conducted by using a quantitative approach that forms the causal relationship between variables. The number of samples used in this study amounted to 52 employees' with census sampling technique. The data analysis technique are used in this study are grouped into two, namely descriptive statistics analysis techniques and inferential statistical analysis techniques by using PLS (Partial Least Square). The study found that performance orientation as a leadership a form of relations between superiors and subordinates are high, each one can give an increase in job empowerment employees' which ultimately impact on increasing the organizational commitment. This study can't accommodate all the hypothesized because of organizational support perceived by employees' unable to deliver significant improvements to the organizational commitment directly. However, the application of employees' in a professional job empowerment was found to significantly improve organizational commitment.*

**keywords:** Leadership, job empowerment, and organizational commitment.

# MEDIASI KUALITAS PELAYANAN DALAM MEMPENGARUHI PRAKTIK SUMBERDAYA MANUSIA STRATEGIS TERHADAP KINERJA ORGANISASI: SUATU STUDI PADA RUMAH SAKIT

**Basuki**

Basuki.stimi.bjm@gmail.com  
STIMI Banjarmasin

## ABSTRAK

Kualitas pelayanan dan kinerja organisasi pemerintah dan swasta di Kalimantan Selatan masih kurang maksimal, karena beberapa indikator standar belum tercapai secara optimal. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara praktik manajemen sumberdaya manusia strategis pengaruhnya terhadap kualitas pelayanan dan kinerja organisasi. Populasi dalam penelitian ini adalah rumah sakit pemerintah dan swasta di Kalimantan Selatan. Responden ditetapkan 5 orang untuk mewakili setiap rumah sakit yang terdiri dari pimpinan rumah sakit/dokter 2 orang dan kepala keperawatan/perawat 3 orang. Jumlah total responden sebanyak 115 responden. Data dianalisis dengan menggunakan *software Parsial Least Square (PLS)*. Hasil Penelitian menemukan bahwa: (1) praktik manajemen sumberdaya manusia strategis secara langsung tidak berpengaruh signifikan terhadap kualitas pelayanan dan kinerja organisasi; (2) praktik manajemen sumberdaya manusia strategis terhadap kualitas pelayanan dan kinerja organisasi secara langsung berpengaruh signifikan; (3) praktik manajemen sumberdaya manusia strategis dimediasi kualitas pelayanan terhadap kinerja organisasi berpengaruh signifikan; (4) kualitas pelayanan secara langsung berpengaruh signifikan terhadap kinerja organisasi.

**Kata kunci:** Praktik SDM strategic, Kualitas Pelayanan, Kinerja Organisasi

## ABSTRACT

*Service quality and performance of government and private organizations in South Kalimantan is still less than optimal, because some standard indicators have not been achieved optimally. This study aims to analyze the relationship between strategic human resources management practices impact on service quality and performance of organizations. The population in this study are government and private hospitals in South Kalimantan. Respondents were assigned 5 persons to represent each hospital consisting of hospital / doctor 2 persons and nursing head / nurse 3 persons. The total number of respondents was 115 respondents. The data were analyzed by using Least Square Partial Software (PLS). The results of the study found that: (1) direct strategic human resources management practices had no significant effect on service quality and organizational performance; (2) strategic human resources management practices on service quality and organizational performance directly have a significant effect; (3) strategic human resources management practices mediated quality of service to organizational performance have a significant effect; (4) the quality of service directly have an effect on signifikan to organizational performance.*

**keywords:** HR Practics Strategic, Service Quality, Organizational Performance

# PROGRAM PENGEMBANGAN SDM DALAM Mendukung Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Jawa Barat

Hilmiana dan Imas Soemaryani

hilmiana@unpad.ac.id, Imas\_isyani@yahoo.com  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Padjadjaran

## ABSTRAK

Potensi manusia baik secara kuantitas maupun kualitas terus meningkat meskipun proporsi peningkatan kualitas sumber daya manusia belum signifikan dibandingkan dengan perkembangan secara kuantitas. Ini berarti arah kebijakan pemerintah harus dirubah dari yang tadinya terkonsentrasi pada pengelolaan sumberdaya alam ke pengelolaan sumberdaya manusia. Dengan kata lain program yang dikembangkan oleh pemerintah adalah terkait dengan pengembangan sumberdaya manusia yang terintegrasi dengan pencapaian visi, misi, dan sasaran yang ingin dicapai. Program pengembangan SDM di Jawa Barat saat ini menjadi fokus pemerintah karena disadari betul bahwa salah satu kunci dalam peningkatan ekonomi rakyat dan kesejahteraan masyarakat akan bisa dicapai apabila masyarakatnya memiliki kualitas pendidikan yang baik yang sesuai dengan tuntutan pasar dan rencana pengembangan daerahnya. Masalahnya adalah, program pengembangan SDM yang dilaksanakan oleh berbagai instansi baik pemerintah maupun swasta atau lembaga-lembaga informal dan lembaga sosial sering tidak terintegasi antara satu dengan lainnya, terjadinya tumpang tindih program khususnya pendidikan informal yang dilaksanakan oleh lembaga-lembaga sosial dan lembaga informal. Kondisi ini menyebabkan bukan hanya pada tidak efisiensinya alokasi anggaran pemerintah tapi tidak searahnya antara visi, misi dan sasaran yang dimiliki oleh pemerintah dengan program kerja instansi penyelenggara dan keinginan serta kebutuhan masyarakat itu sendiri. Kajian dilakukan melalui kajian pustaka dengan menggali berbagai informasi dan data dari berbagai sumber terkait dengan program pengembangan dan melalui grup diskusi dengan para pimpinan instansi terkait dan menganalisisnya secara deskriptif sehingga didapatkan gambaran tentang kondisi saat ini. Hasil kajian menunjukkan program pengembangan SDM di Jawa Barat masih parsial dan belum terintegrasi dengan visi, misi serta sasaran pemerintah Jawa Barat sehingga belum mampu mendukung pada pencapaian peningkatan kesejahteraan masyarakat Jawa Barat.

**Kata Kunci:** Pengembangan SDM, Kesejahteraan Masyarakat.

## ABSTRACT

*Quantity and quality of human potential continues to increase although the proportion of quality improvement has not been significant compared with quantity development. This shows that the direction of government policy should be changed from natural resource management to human resource management. So that, the government should develop human resources integrated with vision, mission, and goals achievement in order to improve the people economy as well as community welfare with quality of education, and regional development plans. The problem is, human resource development programs implemented by government and private agencies or informal and social institutions are often not well integrated, sometimes its overlapping, especially informal education that conducted by social and informal institutions. As a result this cause inefficiency of government budget allocation and there is different direction between government vision, mission and target with the work program of the organizer's agency and the desire and the needs of the society. The study was conducted through: literature review by exploring various information and data from various sources related to the development program, and focus group discussion. and analyzing it descriptively to get an idea of the current condition. The result of the study shows that the human resources development program in West Java is still running partially and not yet integrated with the government vision, mission and target. So, that is why it has not been able to support the achievement of the community welfare improvement.*

**keywords:** Human Resource Development, Community Welfare.

**FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT MAHASISWA  
UNTUK MENJADI WIRAUSAHA  
(Studi Kasus: Mahasiswa School of Business Management  
Peminatan Entrepreneur)**

**Enggal Sriwardiningsih, Dian Kurnianingrum, dan Sari Minjarni Damayanti**  
Binus University

**ABSTRAK**

Guna menciptakan generasi wirausaha, kampus bermaksud untuk meningkatkan jumlah wirausaha, untuk itu dikaji apa yang menjadikan karakteristik dan variabel apa yang mempengaruhi terciptanya wirausaha yang dididik dari kampus. Penelitian ini bertujuan menguji variabel – variabel yang diduga akan mempengaruhi niat mahasiswa menjadi wirausaha baik itu sebelum ataupun setelah lulus dari kampus. Grand theory yang dipakai dalam penelitian ini adalah *Entrepreneurship Theory*. Variabel – variabel yang diduga akan mempengaruhi niat mahasiswa berwirausaha adalah motivasi, pendidikan wirausaha, lingkungan wirausaha, kompetensi mahasiswa akan mempengaruhi niat berwirausaha. Responden yang dipakai adalah mahasiswa Bina Nusantara University semester tujuh. Alat analisis yang digunakan adalah Path Analisis jalur dengan SmartPLS untuk menguji 14 hipotesa. Hasil penelitian untuk hipotesa satu sampai dengan empat tidak semua indikator valid menjadi indikator refleksi dari konstruk variabelnya, namun indikator untuk konstruk variabel niat berwirausaha semuanya valid. Terdapat empat hipotesa yang lemah hubungannya sementara lima hipotesa terjawab dengan cukup baik signifikan dalam menjelaskan teori utamanya. Peneliti juga memberikan kelemahan dari penelitian ini di akhir penjelasan tulisan ini, sehingga berguna untuk perbaikan berikutnya.

**Kata kunci:** Motivasi, Pendidikan wirausaha, Lingkungan wirausaha, Kompetensi mahasiswa, Niat berwirausaha

# AGUNAN YANG DIAMBIL ALIH (AYDA) UNTUK MENURUNKAN KREDIT MACET PADA BPR KONVENSIONAL DI SIDOARJO

Sumartik dan Misti Hariasih

Email: sumartik@umsida.ac.id

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk (1) menganalisis besarnya Agunan Yang Diambil Alih (AYDA) dengan penurunan kredit macet pada BPR Konvensional di Sidoarjo, (2) untuk mengidentifikasi kendala pelaksanaan AYDA terhadap penurunan kredit macet pada BPR Konvensional di Sidoarjo, (3) untuk merumuskan strategi BPR Konvensional di Sidoarjo ketika debitur menolak AYDA. Penelitian ini menggunakan pendekatan *mix methode*. Pendekatan kuantitatif untuk menguji besar AYDA terhadap penurunan kredit macet pada BPR Konvensional di Sidoarjo dengan menggunakan data rasio laporan nominative kredit/tunggakan kredit. Pendekatan kualitatif interpretif untuk mengidentifikasi kendala pelaksanaan AYDA serta merumuskan strategi BPR Konvensional di Sidoarjo ketika debitur menolak AYDA. Informan kunci pada penelitian ini adalah Direktur Utama dan Direktur Kepatuhan BPR Konvensional di Sidoarjo, Admin Kredit dan Nasabah BPR Konvensional di Sidoarjo. Teknik pengumpulan data menggunakan data primer, sekunder, in depth Interview, Fokus Group Discussion (FGD), keabsahan data menggunakan *credibility, confirmability, transferability, dependability*. Teknik analisis data menggunakan data *collection, data reduction, data display dan conclusion*. Hasil yang diperoleh AYDA sebesar 3,21 % dapat mengurangi kredit macet dari total kredit yang diberikan sebesar 502.317.638. Kendala pelaksanaan AYDA adalah debitur yang hilang/minggat, biaya AYDA yang besar, debitur tidak kooperatif, jaminan bukan milik sendiri dan debitur meninggal dunia. Strategi BPR ketika debitur menolak AYDA adalah melakukan kunjungan rutin dan menjelaskan ke debitur atau penjamin serta hak waris tentang kredit yang harus dilunasi, memberikan potongan pelunasan dari segi diskon bunga dan denda untuk pinjaman tersebut dan memberikan alternative pelunasan atau dilaksanakan AYDA.

**Kata Kunci** :Agunan Yang Diambil Alih, Kredit Macet, Bank Perkreditan Rakyat Konvensional

## MODEL MANAJEMEN PERUBAHAN BERBASIS TIGA PILAR SKKo

**Imas Soemaryani**

Imas\_isyani@yahoo.com

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universtas Padjadjaran

### **ABSTRACT**

*In general there are two main objectives to be achieved by an organization or company, those are; (I) maximal profit and; (Ii) maintaining the viability of the company. To achieve these goal of course many factors must be considered by the company and one of them is the extent to which the company is able to follow the flow of change that comes from the user community of products or services from companies, technology and information and competitors. The problem is how to manage a change, so that the changes made can have an impact on the performance development of individuals, groups, business units or organizations or companies, and encourage a conducive organizational climate. The SKKo three-pillar change management model is a model for managing change by building three main pillars as the first step: (i) setting goals measurably and clearly; (Ii) building commitment both to organization commitment and organizational commitment and; (Iii) developing the capability of corporate resources, especially human resources. This change management model is essentially a structured approach to managing a shift at the individual, group / team, business and organization level from the present to the desired future state with performance much better perceived as desired. It is an organizational process aimed at helping all parties involved in an organization to be willing and able to accept and embrace changes that take place within their business environment. This model also ultimately encourages organizations or companies to design various corporate performance development strategies through development of human resource development strategies through leadership, reward and punishment based performance development strategies and organizational development strategies based on role design.*

**keywords:** *Change management, organizational goals, commitment and HR capabilities*



**KOMPETENSI KARYAWAN DAN KOMITMEN AFEKTIF DALAM UPAYA  
MENINGKATKAN LOYALITAS KARYAWAN DI BPR KOTA CIMAH  
DAN KABUPATEN BANDUNG  
(Survei Karyawan BPR Kota Cimahi dan BPR Kabupaten Bandung)**

**Yudi Wahyudin Suwandi dan Imas Komariyah**  
yudisuwandi@gmail.com  
Program Studi Keuangan dan Perbankan, STIE EKUITAS

**ABSTRAK**

Penelitian ini meneliti tentang kompetensi karyawan dan komitmen afektif dalam upaya meningkatkan loyalitas karyawan. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui, mengkaji dan menganalisis tentang kompetensi karyawan, komitmen afektif dan loyalitas karyawan di BPR Kota Cimahi dan Kabupaten Bandung Barat. Penelitian menggunakan metode kuantitatif yaitu metode deskriptif survey dan explanatory survey, sifat penelitian deskriptif dan verifikatif. Data yang diperoleh dengan menyebarkan kuesioner terhadap 74 karyawan BPR di Kota Cimahi dan Kabupaten Bandung Barat. Hasil pengujian instrument dari 74 responden yang tersebar menunjukkan valid, dan uji reliabilitas dinyatakan reliabel, analisis yang digunakan dengan menggunakan Path Analysis (analisis jalur). Hasil Analisis Deskriptif dihasilkan bahwa kompetensi karyawan BPR pada kriteria baik, komitmen afektif pada kriteria baik dan loyalitas karyawan pada kriteria baik. Sedangkan hasil analisis verifikatif menunjukkan bahwa ada pengaruh signifikan baik parsial maupun simultan kompetensi karyawan, komitmen afektif terhadap loyalitas karyawan

**Kata kunci:** kompetensi karyawan, komitmen afektif dan loyalitas karyawan.

**ABSTRACT**

*This purpose of this research about employee competence and affective commitment in an effort to increase employee loyalty. The purpose of this study to know, review and analyze about employee competence, affective commitment and employee loyalty in BPR Kota Cimahi and West Bandung regency. The research used quantitative method that is descriptive survey method and explanatory survey, descriptive and verification research. Data obtained by distributing questionnaires to 74 BPR employees in Cimahi and West Bandung. The result of instrument test from 74 respondents spread is valid, and reliability test is stated reliable, the analysis used by Path Analysis (path analysis). The result of Descriptive Analysis resulted that the competence of BPR employee on good criteria, affective commitment on good criterion and employee loyalty on good criterion. While the results of verification analysis indicate that there is significant influence both partial and simultaneous employee competence, affective commitment to employee loyalty*

**keywords:** *employee competence, affective commitment and employee loyalty.*

**ANALISIS PENGARUH FAKTOR FUNDAMENTAL  
TERHADAP RETURN SAHAM  
(Studi pada Perusahaan *Real Estate* dan *Property*  
yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2015)**

**Witjaksono Eko H. dan Marwati Endah Lestari**  
Fakultas Ekonomi Universitas Semarang  
Jl. Soekarno Hatta, Tlogosari – Semarang

**ABSTRACT**

*This research aims to determine the factors that affect Stock Return of Real Estate and Property companies listed in the Indonesia Stock Exchange. This research using Stock Return as dependent variable and CR, ROE, DER, EPS and PBV as independent variables. The population in this research are all Real Estate and Property companies listed in the Indonesia Stock Exchange period 2013-2015 with a sample of 37 companies determined by Purposive Sampling technique. Data obtained from the financial statements of each company published on the official website of Indonesia Stock Exchange. Test method using multiple linear regression test to analyze CR, ROE, DER, EPS and PBV. The results of this research indicate that CR, ROE and DER haven't significant effect on Stock Return, while EPS and PBV have a positive and significant effect on Stock Return of Real Estate and Property companies listed in the Indonesia Stock Exchange.*

**keywords:** *Stock Return, CR, ROE, DER, EPS, PBV*

**ANALISA FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
WAJIB PAJAK ( KLIEN )PINDAH KONSULTAN  
PADA KANTOR KONSULTAN PAJAK**

**Kasno**

kasno@unaki.ac.id

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas AKI Semarang

**ABSTRACT**

:

*The purpose of this research was to investigate the factors of consult turnover intentions at consult tax firms. This research aimed to determinan the effect of these factors, there wer leardership style, role conflict, pay satisfaction, organizational comitmen and job satisfaction to consult turnover intention from counsult tax firms population of the research was all of counsultanswho have been working at counsult tax firms in central java. Whereas the sample were 134 respondents who have been working as counsults at counsults tax firms, spread in central java there are jepara, kodus, semarang, magelang, surakarta and purwokerto. The hypothesis test was done by regression analysis using multivariate techniques structural equation modeling ( SEM ) from software Amos 16.0 based on the results of hypothesis test, then the conclusios are counsults turnover intention from counsults tax firms heavily influenced by factors such as leadership style, role conflict, role ambiguity, pay satisfaction, through intermediaries organizational commitment and job satisfaction.*

**keywords** : *leadership style, role conflict, role ambiguity, pay satisfaction, organizational Commitment and turnover intentions*

# **KAJIAN TERHADAP PENGELOLAAN PERSEDIAAN BAHAN MENTAH KETELA DITINJAU DARI ASPEK BIAYA PADA UKM SEKTOR INDUSTRI MAKANAN BERBASIS KETELA DI KABUPATEN SEMARANG DAN SEKITARNYA**

**B. Yunianto Wibowo, Widuri Kurniasari, dan Ign.Supriyanto**

email: Jun\_wib@yahoo.co.id

email: widurikurniasari@yahoo.com

email: Ignatius.supriyanto@ymail.com

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universtas Katolik Soegijapranata Semarang

## **ABSTRAK**

Tujuan Penelitian ini Untuk mengetahui pengelolaan persediaan bahan mentah dan efisiensi pengelolaan ketela pada industri kecil dan mikro sektor olahan pangan berbasis ketela dari aspek biaya di Kabupaten Semarang dan sekitarnya. Usaha Kecil dan Mikro (UKM) merupakan salah satu unit usaha yang banyak berperan dalam perekonomian nasional. Keberadaannya sangat penting, karena dapat menyerap tenaga kerja, meningkatkan pendapatan asli daerah, meningkatkan pendapatan keluarga, menyejahterakan rakyat. Salah satu sektor usaha yang banyak dilakukan UKM adalah sektor makanan, khususnya sektor makanan berbasis ketela. Sektor usaha ini banyak ditemui di kota-kota kecil dan pedesaan, yang masih mengandalkan hasil pertanian sebagai sumber bahan mentahnya. Penelitian yang dilakukan ini merupakan penelitian mengenai UKM sektor industri olahan makanan berbasis ketela di Kabupaten Semarang dan sekitarnya. Dengan fokus pada kajian terhadap pengelolaan persediaan bahan mentah ketela dari aspek biaya pada sektor industri olahan makanan berbasis ketela. Pemilihan Kabupaten Semarang dan sekitarnya sebagai lokasi penelitian, disebabkan karena daerah ini cukup banyak UKM yang melakukan usaha makanan berbasis ketela. Analisis yang dipergunakan dengan membandingkan antara realisasi biaya persediaan dengan biaya persediaan optimal. Biaya persediaan optimal dihitung melalui rumus Economical Order Quantity (EOQ). Dari hasil penelitian ini, diharapkan akan dapat diketahui bagaimana dan sampai seberapa jauh pelaku UKM di Kabupaten Semarang dan sekitarnya dalam mengelola persediaan bahan mentah ketela.

**Kata kunci:** Efisiensi, Persediaan, Biaya, Ketela, dan UMKM

## **ABSTRACT**

*The purpose of this study is to determine how efficiency of cassava inventory management at small and micro business industry enterprises in terms of cost in Semarang regency and its surroundings. Small and Micro Enterprises (SMEs) is one business unit that plays a role in the national economy. Its existence is very important, because it can absorb labor, increase local income, increase family income, welfare of the people. One of the business sectors that many SMEs do is the food processing sector, especially SMEs using the cassava as raw material. This business sector is found in many small towns and villages, which still rely on agricultural products as a source of raw materials. This research is a study of SMEs food processing industry sector using cassava raw materials in Semarang regency and its surroundings. A focus on the study is raw material inventory management from financing aspects of those enterprises. Selection of Semarang regency and its surrounding areas as a research location, because this area is quite a lot of SMEs food processing industry sector using cassava raw material. The analysis is used by comparing the realization of inventory cost with optimal inventory cost. The optimal inventory cost is calculated through the Economical Order Quantity (EOQ) formula. From the results of this study, it is expected to know how and how far the SMEs in Semarang and surrounding areas in managing raw material supply of sweet potatoes.*

**keywords:** Efficiency, Inventory, Expenses, Cassava, and SMEs

# PERHITUNGAN ESTIMASI BIAYA PENGELOLAAN SAMPAH DI KOTA BANDUNG

**Ratna Komara**

ratnakomaraunpad@gmail.com  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Padjadjaran

## ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini untuk mengkaji perhitungan estimasi biaya pengelolaan sampah di Kota Bandung tahun 2018. Biaya pengelolaan sampah diuraikan ke dalam biaya penyapuan jalan dan biaya pengangkutan sampah. Pemerintah Kota Bandung telah menetapkan kebijakan organisasi perangkat daerah selaku penyelenggara pelayanan publik pengelolaan sampah di Kota Bandung yaitu Dinas Lingkungan Hidup dan Kebersihan (DLHK) berperan sebagai pengatur dan pengendali dan PD Kebersihan selaku pelaksana. Estimasi timbulan sampah di kota Bandung sebesar 1.501,773 ton per hari. Capaian target pelayanan pengelolaan sampah tahun 2018 adalah 100% sampah terkelola, dengan cara 77% melalui pemilahan, pengumpulan dan pengangkutan dari Tempat Pembuangan Sementara ke Tempat Pembuangan Akhir dan 23% melalui skema 3R (*Reduced, Recycle, Reused*). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif. Data yang digunakan untuk mengestimasi biaya tahun 2018 adalah anggaran PD Kebersihan tahun 2017 dan hasil wawancara dengan para pejabat di lingkungan DLHK dan juga manajemen PD Kebersihan. Kesimpulan yang diperoleh sebagai berikut: a) Estimasi jumlah biaya pengangkutan sampah sebesar Rp 95.527.581.375,00; b) biaya penyapuan jalan sebesar Rp 70.378.165.954,00 dan c) harga satuan untuk pengangkutan sampah sebesar Rp 260.150,00 per ton dan penyapuan jalan sebesar Rp 293.035,00 per km.

**Kata kunci:** biaya pengelolaan sampah, biaya penyapuan jalan, biaya pengangkutan sampah

## ABSTRACT

*The calculation of waste management's esteemed cost within the city of Bandung. The purpose of this research is to review the calculation of waste management's esteemed cost within the city of Bandung in 2018. Waste management cost is elaborated into the cost of road sweeping and waste transportation. The government of Bandung has established the policy regarding the regional work unit as the organizer of waste management public service in the city of Bandung, which includes the Department of Environment and Sanitation, whose role to regulate and control, and the Regional Company of Sanitation (PD Kebersihan), whose role is to execute. The daily esteemed weight of waste in Bandung is 1,501.773 tons. The target of waste management service in 2018 is 100% of waste managed, by sorting, collecting, and transporting 77% from temporary dumpsters into landfills, and apply the 3 R (Reduced, Recycle, Reused) scheme into the remaining 23%. The method used in this research is a descriptive one. The data used to estimate the cost in 2018 is the Regional Company of Sanitation's budget in 2017 and interviews with officials in the Department of Environment and Sanitation and also the Regional Company of Sanitation. The conclusions are as follows: a) the total of esteemed cost for domestic waste transportation is Rp 95.527.581.375,00; b) the cost of road sweeping is Rp 70.378.165.954,00 and c) the cost per unit for waste transportation is Rp 260.150,00 per ton and for road sweeping Rp 293.035,00 per km.*

**keywords:** waste management cost, road sweeping cost, waste transportation cost.

**PENGARUH BUDAYA ORGANISASI DAN LINGKUNGAN KERJA  
TERHADAP MOTIVASI KERJA  
(Studi Kasus Pada Karyawan Century21 Kuningan Jakarta)**

**Diah Pranitasari, Lilik Trianah, dan Muhammad Taufik**  
nitadpranitasari@yahoo.com , lilik3anah@yahoo.com  
Jurusan Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia

**ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh budaya organisasi dan lingkungan kerja terhadap motivasi kerja karyawan. Budaya organisasi yang kuat dalam suatu perusahaan mampu membentuk aturan atau pedoman dalam berfikir dan bertindak karyawan dalam mencapai tujuan yang ditetapkan. Disamping itu, lingkungan kerja baik fisik ataupun nonfisik juga mempengaruhi motivasi kerja karyawan. Sehingga perusahaan berperan penting untuk memperhatikan budaya organisasi dan lingkungan kerja yang mampu memotivasi karyawan agar mampu memberikan kontribusinya secara optimal. Penelitian ini dilakukan pada karyawan Century21 Jakarta menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden yang terdiri dari beberapa divisi di Century21. Teknik pengumpulan data antara lain dengan lembar kuesioner dengan beberapa pernyataan-pernyataan. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh signifikan budaya organisasi terhadap motivasi kerja sebesar 72%, lingkungan kerja berpengaruh signifikan terhadap motivasi kerja sebesar 15%, budaya organisasi berpengaruh signifikan terhadap lingkungan kerja sebesar 45%, budaya organisasi yang dimediasi lingkungan kerja berpengaruh terhadap motivasi kerja sebesar 21%, budaya organisasi dan lingkungan kerja secara simultan berpengaruh terhadap motivasi kerja sebesar 63%. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pengaruh budaya organisasi lebih dominan dibandingkan lingkungan kerja dalam mempengaruhi motivasi kerja karyawan.

**Kata kunci :** Budaya Organisasi, Lingkungan Kerja, Motivasi

**ABSTRACT**

*The purpose of this study is to determine the effect of organizational culture and work environment on employee work motivation. Strong organizational culture within a company is able to form rules or guidelines in thinking and acting employees in achieving the goals set. In addition, the work environment both physical and nonphysical also affect employee work motivation. So, the company plays an important role to pay attention to organizational culture and work environment that is able to motivate employees to be able to contribute optimally. This research was conducted on Century21 Jakarta employees using quantitative descriptive method. The sample in this study were 100 respondents consisting of several divisions in Century21. Data collection techniques, among others, with a questionnaire with several statements. The result of research shows that there is significant influence of organizational culture to work motivation is 72%, work environment has significant effect to work motivation by 15%, organizational culture has significant effect to work environment 45%, work-mediated organizational culture has 21%, Organizational culture and work environment simultaneously affect work motivation by 63%. This study concludes that the influence of organizational culture is more dominant than the work environment in influencing employee work motivation.*

**keywords:** Organizational Culture, Work Environment, Motivation.

## EDUKASI PERENCANAAN KEUANGAN TERHADAP PERUBAHAN PERILAKU MAHASISWA MENGELOLA KEUANGAN

Maya Malinda

maya.malinda@eco.maranatha.edu

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Maranatha

### ABSTRAK

Literasi keuangan adalah istilah yang saat ini banyak digunakan dalam banyak tulisan mengenai kemelekan seseorang dalam mengelola keuangannya. Seseorang dikatakan melek keuangan jika dapat memanfaatkan lembaga keuangan serta mengelola keuangannya. Upaya untuk meningkatkan literasi keuangan maka salah satunya adalah dengan adanya edukasi atau pendidikan perencanaan keuangan. Di Universitas Kristen Maranatha telah dilaksanakan pendidikan perencanaan keuangan sejak kurikulum 2007 sebagai salah satu mata kuliah wajib konsentrasi manajemen keuangan. Pendidikan ini bertujuan untuk meningkatkan literasi keuangan di ranah mahasiswa. Tujuan penelitian ini ingin menyampaikan hasil edukasi dari mahasiswa perencanaan keuangan terhadap perilaku pengelolaan keuangan. Oleh karena itu dibutuhkan kajian lebih lanjut mengenai ada tidaknya perubahan perilaku mahasiswa mengelola keuangan karena adanya edukasi perencanaan keuangan. Metode yang di gunakan adalah melalui hasil analisis index dari rasio keuangan untuk mengevaluasi laporan keuangan mahasiswa selama dua bulan. Sampel yang digunakan adalah sampel mahasiswa yang mengikuti mata kuliah perencanaan keuangan semester ganjil tahun ajaran 2016 /2017 sebanyak duapuluh satu orang terdiri dari tiga belas pria dan delapan perempuan. Hasilnya adalah adanya perubahan rasio keuangan khususnya mahasiswa perempuan. Selain itu belum terbukti bahwa edukasi perencanaan keuangan mengubah perilaku mahasiswa.

**Kata kunci:** Kemelekan(Literasi) Keuangan , Rasio Keuangan, Analisis Index, dan Edukasi Perencanaan Keuangan

### ABSTRACT

*Financial literacy is a term that is currently used in many papers about a person's literacy in managing his finances. Someone is said to be financially literate whe he or she able to take advantage of financial institutions and manage their finances. The Efforts to improve financial literacy, one of them is with the education or education of financial planning. At Maranatha Christian University has been carried out financial planning education since the 2007 curriculum as one of the subjects mandatory concentration of financial management. The aims of this education is to increase financial literacy in the realm of students. The purpose of this research is to convey the educational result from the student of financial planning course to the behavior of financial management. Therefore, further study is needed on whether or not there is a change in the behavior of students managing their finances because of financial planning education. The method used in this paper is through the index analysis of financial ratios to evaluate the financial statements of students for two months. The sample used is a sample of students who follow the financial planning courses odd semester 2016/2017 academic year as many as twenty one person consists of thirteen men and eight women. The result is a change in financial ratios, especially female students. Otherwise it has not been proven that financial planning education changes student behavior.*

**keywords:** *Financial Literacy , Financial Ratios, Index Analysis and Financial Planning Education.*

**PEMBERDAYAAN *HOME INDUSTRY* GULA MERAH DI DESA LUWENG LOR  
KECAMATAN PITURUH MELALUI IMPLEMENTASI KEWIRAUSAHAAN  
BERBASIS MANAJEMEN UNTUK MENINGKATKAN PRODUKTIFITAS DAN  
KESEJAHTERAAN PELAKUNYA**

**Murry Harmawan Saputra, Ridwan Baraba, dan Endah Pri Ariningsih**

Email: [murryharmawansaputra@gmail.com](mailto:murryharmawansaputra@gmail.com)

Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Purworejo

**ABSTRAK**

Program pengabdian pada masyarakat ini dilatarbelakangi oleh situasi dan kondisi belum berkembangnya UKM Gula Merah di Desa Luweng Lor, Kecamatan Pituruh, Kabupaten Purworejo. Gula Merah (Gula Jawa) merupakan produk olahan khas daerah desa Luweng Lor yang telah ditekuni oleh mayoritas rumah tangga di desa tersebut secara turun temurun. Dari identifikasi awal, belum optimalnya perkembangan UKM Gula Merah di Luweng Lor dikarenakan masalah-masalah klasik yang dihadapi oleh UKM di Indonesia pada umumnya, yaitu keterbatasan dalam permodalan dan minimnya manajemen usaha yang baik. Berdasarkan hal tersebut maka dipandang perlu untuk melakukan program pengabdian pada masyarakat untuk meningkatkan kemampuan bersaing bagi para pengusaha Gula Merah di desa Luweng Lor, dengan memberikan stimuli dan mengedukasi manajemen pemasaran produk dengan baik, diantaranya dengan *branding, labeling, packaging*, promosi, dan tata kelola usaha lainnya pada usaha yang mereka jalankan. Program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberdayakan, meningkatkan dan mengoptimalkan hasil produksi dan pendapatan pengrajin Gula Merah di desa Luweng Lor, melalui pelaksanaan program pelatihan-pelatihan dan pemberian stimuli baik fisik maupun nonfisik, di bidang Ipteks pemasaran yang modern serta dalam bidang pembukuan, khususnya pada kelompok-kelompok mitra. Kegiatan ini, selain memberikan stimulus berupa berbagai peralatan yang dibutuhkan oleh para pengusaha Gula Merah, juga memberikan edukasi tentang bagaimana strategi perusahaan kecil (UKM) agar dapat terus eksis dalam menjalankan usaha yang telah mereka tekuni dengan menggunakan prinsip-prinsip manajemen usaha yang baik. Hal ini dilakukan melalui pelatihan kewirausahaan berbasis manajemen, pelatihan pembukuan untuk pengusaha kecil, pelatihan pengemasan, dan pelatihan memasarkan produk dalam cakupan pasar yang lebih luas. Program pengabdian pada masyarakat yang telah dilaksanakan ini telah berkontribusi mendorong para pengrajin Gula Merah di desa Luweng Lor menjadi lebih mandiri, meningkatkan kapasitas, kapabilitas, dan kualitas produk mereka, sehingga mampu menjadi pengusaha UKM yang berdayasaing di tengah semakin ketatnya persaingan bisnis saat ini. Berdasarkan hasil evaluasi dan monitoring dari Tim Pengabdian, program pengabdian ini layak untuk dilanjutkan dan ditingkatkan melalui skema program pengabdian pada masyarakat yang lebih intensif, misalnya Ipteks bagi Produk Unggulan Daerah (**IbPUD**) **Dikti**, agar produk Gula Merah di desa Luweng Lor benar-benar dapat menjadi ikon produk unggulan daerah Purworejo. Diharapkan dengan adanya kegiatan pengabdian ini, usaha Gula Merah yang telah mereka tekuni benar-benar dapat memberikan hasil yang optimal, sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan mereka secara berkelanjutan.

**Kata kunci:** Gula Merah, Usaha Kecil dan Menengah, Pemasaran, *Branding, Labeling*



# PERBAIKAN DAN PENINGKATAN PRODUKSI DENGAN PENERAPAN *LEAN SIX SIGMA*

H Harisupriyanto

Email: hariqive@yahoo.com

Industrial Engineering Department Faculty of Industrial Technology  
Sepuluh Nopember Institute of Technology Kampus ITS Sukolilo, Surabaya 60111

## ABSTRAK

Aktifitas utama perusahaan manufaktur adalah produksi. Bila salah satu aktifitas di dalam produksi mengalami kegagalan maka akan berpengaruh pada kualitas dan kapasitas produksi. Kegagalan biasanya dapat dilihat dari adanya *waste/* pemborosan yang muncul di sepanjang *value stream*. Terdapat indikasi *defect* yang tinggi melebihi 8% di proses *sortir* dan *packaging*. Permasalahan utama adalah dengan adanya *waste/* pemborosan tersebut dapat mengakibatkan penurunan kualitas dan kapasitas produksi. Sehingga tujuan dari penulisan *paper* ini adalah identifikasi *waste* yang terjadi di proses produksi, mencari akar penyebab terjadinya *waste*, dan membangun alternatif untuk solusi perbaikan. Konsep yang dipakai untuk menyelesaikan permasalahan di atas adalah *Lean six sigma*. Konsep ini menelusuri permasalahan inefisiensi dengan mencari non value added activity dari munculnya *waste* di sepanjang *value stream*. Kemunculan *waste* selanjutnya diidentifikasi lebih dalam dengan *root cause analisis* (RCA) dan *failure mode and effects analysis* (FMEA). Hasil akhir dari FMEA adalah *risk priority number* (RPN) yang menggambarkan prioritas atas *mode* kegagalan dan resiko. Dari hasil prioritas RPN, dirancang 3 alternatif perbaikan yaitu pelatihan operator dibagian *packing*, pembuatan SOP proses *gravity* dan *sortir*, dan pelatihan *quality control* untuk pekerja *sortir*. Dengan pendekatan *value, performance* dan *cost* maka diperoleh alternatif terbaik yaitu pembuatan SOP diproses *gravity*, pelatihan pada operator inspeksi di proses *sortir* dan *packaging*. Alternatif ini meningkatkan nilai *sigma* dari kondisi awal sebesar 2.83 menjadi 3.20. Kenaikan nilai *sigma* tersebut memberi indikasi adanya penurunan biaya produk gagal dan penurunan *defect per million opportunities* (DPMO).

**Kata Kunci:** *Lean Six Sigma, Waste, RCA, FMEA, DPMO*

## ABSTRACT

*The main activity of a manufacturing company is production, if one of the activities in production fails then it will affect the quality and production capacity. Failure can usually be seen from the waste that appears along the value stream. There are high defect indications exceeding 8% in sorting and packaging process. The main problem is that such waste can lead to decreased quality and production capacity. So the purpose of writing this paper is the identification of waste that occurs in the production process, looking for the root causes of waste, and build an alternative to generate solutions. The concept used to solve the above problem is Lean six sigma. This concept traces the inefficiency problem by finding non value added activity from the occurrence of waste along the value stream. The appearance of the waste is further identified deeper with root cause analisis (RCA) and failure mode and effects analysis (FMEA). The end result of FMEA is the risk priority number (RPN) which describes priorities over failure modes and risks. From the results of RPN priorities, three alternatives were designed: operator training in the packing section, Gravity and Sorting SOP process, and quality control training for sorters. With the approach value, performance and cost then obtained the best alternative is making SOP processed gravity, training in the inspection operator in the sorting process and packaging. This alternative increases the sigma value from the initial conditions by 2.83 to 3.20. The increase in the sigma value indicates a decrease in the cost of failed products and the decrease in defect per million opportunities (DPMO).*

**Keywords:** *Lean Six Sigma, Waste, RCA, FMEA, DPMO*

**PENGARUH NET PROFIT MARGIN (NPM), EARNING PER SHARE (EPS) DAN  
MARKET VALUE ADDED (MVA) TERHADAP RETURN SAHAM PADA SUB-SEKTOR  
PERTAMBANGAN BATU BARA TAHUN 2011 – 2015**

**Yuhasril dan Nickyta Febriana Sari**  
Manajemen S1, FEB – Universitas Mercu Buana

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Net Profit Margin, Earning Per Share dan Market Value Added terhadap Return Saham. Objek penelitian ini adalah perusahaan sub-sektor pertambangan batubara di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011 - 2015. Desain Penelitian yang digunakan adalah penelitian kausal. dengan pemilihan sampel menggunakan purposive sampling didapatkan 10 sampel perusahaan yang memenuhi kriteria dan total 50 sampel selama periode pengamatan. data yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kepustakaan, yang diperoleh dari [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) dan data sekunder. Metode analisis dari penelitian ini menggunakan data panel. hasil penelitian ini menunjukkan bahwa koefisien determinasi bernilai sebesar 74,95% sedangkan sisanya 25,05% dipengaruhi oleh faktor lain diluar model penelitian. Net Profit Margin (NPM) dan Earning Per Share (EPS) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Return Saham pada Perusahaan Sub-sektor Pertambangan Batubara Tahun 2011-2015. Market Value Added (MVA) berpengaruh negatif terhadap Return Saham pada Perusahaan Sub-sektor Pertambangan Batubara Tahun 2011-2015.

**Kata Kunci :** Net Profit Margin (NPM), Earning Per Share (EPS), Market Value Added (MVA), Return Saham

**ABSTRACT**

*This study aims to determine the effect Net Profit Margin, Earnings Per Share and Market Value Added to Stock Return. The object of this study is a sub-company of the coal mining sector in Indonesia Stock Exchange Year 2011-2015. The study design used is causal research. with the selection of the sample using purposive sampling obtained 10 samples of companies that meet the criteria and a total of 50 samples during the observation period. Data used in this study is a literature study, obtained from [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) and secondary data. The method of analysis of this research using panel data. This study has shown that the coefficient of determination totaled 74.95% while the remaining 25.05% influenced by other factors outside the research model. Net Profit Margin (NPM) and Earning Per Share (EPS) positive and significant impact on the Company's Stock Return Sub-sectors Year 2011-2015 Coal Mining. Market Value Added (MVA) negatively affect the Company's Stock Return Sub-sectors Year 2011-2015 Coal Mining.*

**keywords:** Net Profit Margin (NPM), Earning Per Share (EPS), Market Value Added (MVA), Stock Return

**PENGARUH *SELF SERVICE TECHNOLOGY* (ISST) TERHADAP KEPUASAN DAN  
LOYALITAS : DENGAN MEDIASI *RELATIONAL BENEFITS* DI INDUSTRY  
GAMELAN SURAKARTA**

**Yohan Wismantoro, Y. Tyas Catur Pramudi, dan Karis Widiatmoko**  
yohan.wismantoro@dsn.dinus.ac.id  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Dian Nuswantoro Semarang

**ABSTRAK**

Penerapan layanan mandiri berbasis teknologi (*Self Service Technology*) dalam suatu layanan telah berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir, namun pemahaman tentang retensi dan kepuasan pelanggan dalam konteks seperti itu masih terbatas. Tulisan ini mengusulkan sebuah kerangka konseptual yang memanfaatkan konstruksi *relational benefits* untuk menjelaskan kaitan antara atribut teknologi *self-service* berbasis internet (ISST) dan loyalitas pelanggan serta kepuasan. Hasil studi secara empiris menggunakan dua konteks dan dukungan model yang dimediasi sepenuhnya. *Confidence benefits* memediasi dampak *perceived control* dan *performance* pada loyalitas dan kepuasan pelanggan, sedangkan *special treatment benefits* memediasi hubungan *efficiency* dan *convenience* terhadap loyalitas pelanggan dan kepuasan.

**Kata kunci:** *Kepuasan Konsumen, Loyalitas, relational benefits, technology-based self-service (SST)*

**ABSTRACT**

*The application of technology-based self-service (SST) in service delivery has grown rapidly in recent years, but our current understanding of customer retention and satisfaction in such contexts remains limited. This paper proposes a conceptual framework that utilizes the construct of relational benefits to explain the link between Internet-based self-service technology attributes and customer loyalty and satisfaction. The results of an empirical study using two contexts and support for a fully mediated model. That is, confidence benefits mediate the impact of perceived control and performance on customer loyalty and satisfaction, while special treatment benefits mediate the relationship of efficiency and convenience with customer loyalty and satisfaction.*

**Keywords:** *Customer satisfaction, customer loyalty, relational benefits, technology-based self-service (SST)*

**NILAI RELIGIUSITAS TERKAIT BUDAYA DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PRODUK PADA SUKU BUGIS DI KOTA MAKASSAR,  
SULAWESI SELATAN**

**Kasnaeny K**

Email: kasnaeni.k@nitromks.ac.id  
Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Nitro Makassar

**ABSTRAK**

Meskipun kehidupan modern telah mempengaruhi pola pikir masyarakat Indonesia, namun sesungguhnya dalam melakukan pembelian, masyarakat Indonesia masih melekatkan adat-adat ketimuran dalam melakukan aktivitas apapun. Salah satu yang masih melekat erat adalah faktor Budaya, dimana dalam budaya, agama merupakan satu penuntun utama yang sangat diperhatikan dan menjadi landasan masyarakat dalam berperilaku. Demikian halnya pada masyarakat di Sulawesi Selatan, yang terdiri dari suku Bugis, Makassar, dan suku Tator, sangat menjunjung agama yang dianutnya dan menjadi landasan dalam bertingkah laku. Hal ini sesuai dengan falsafah Bugis “*Mappesona ri Dewata seuwae* (penyerahan diri kepada kehendak Allah) (Said, 2004), yang bermakna bahwa dalam menjalani kehidupan, masyarakat selalu berserah kepada Allah SWT. Penerapan ajaran agama tercermin dari nilai keimanan (religiusitas) yang melandasi perilaku manusia. Hal ini berarti manusia akan bertingkah laku sesuai dengan apa yang diyakini benar atau salah dari ajaran agama. Telah banyak kajian mengenai religiusitas terkait dengan pengambilan keputusan, namun belum ditemukan kajian yang membahas mengenai religiusitas terkait dengan budaya masyarakat di Sulawesi Selatan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengkonstruksi dan mengenal lebih mendalam fenomena perilaku pembelian produk berdasarkan nilai religiusitas pada suku Bugis di kota Makassar, Sulawesi Selatan. Metode penelitian dirancang dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi model Schultz. Hal ini dilakukan sesuai dengan tujuan penelitian yakni untuk mencari tahu secara rinci dan mendalam mengenai fenomena perilaku pembelian produk konsumtif berdasarkan nilai religiusitas suku bugis di Sulawesi Selatan, yang dilakukan melalui wawancara secara mendalam terhadap informan, yang diperoleh melalui teknik *snowball*. Hasil 1 penelitian menunjukkan bahwa ini masyarakat suku Bugis di Kota Makassar, meskipun sudah berdiam di ibukota Sulawesi Selatan, namun dalam pengambilan keputusan pembelian produk, masih mempertimbangkan ajaran yang diperoleh secara turun temurun dalam keluarga.

**Kata kunci** : Perilaku Pembelian, Religiusitas, dan Budaya

## **MINAT UNTUK MENGGUNAKAN *GO-PAY* PADA LAYANAN *GO-RIDE***

**Muhammad Iqbal Mubarak dan I Made Bayu Dirgantara**  
imadebdirgantara@gmail.com

Departemen Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro  
Jl. Prof. Soedharto SH Tembalang, Semarang

### ***ABSTRACT***

*The aim of this research is to test whether or not perceived usefulness, perceived ease of use, and perceived security influence intention to use. The main model and theory for this research is Technology Acceptance Model (TAM). This research was conducted in order to discover the factors of intention to use mobile payment in this case Go-Pay on Go-Ride service, on the Faculty of Economic and Business undergraduate Management students in Semarang. This research uses probability sampling with a sample of 258 respondents (that have never used Go-Pay). The data analysis method used in this research is the multiple regression analysis. The result shows that perceived usefulness, perceived ease of use, and perceived security have significant positive effect on the intention to use.*

**keywords:** *TAM, mobile payment, usefulness, ease of use, security, intention to use.*

# SENSITIVITAS PASAR MODAL INDONESIA TERHADAP BERBAGAI PERISTIWA POLITIK INTERNAL

**Sriyono Sriyono dan Sugiyanto**  
Program Pascasarjana, PS Manajemen  
Universitas Muhammadiyah Sidoarjo  
Sidoarjo

## ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui perubahan harga saham bila ada peristiwa yang mempunyai informasi penting. Pendekatan penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, populasi nya saham LQ 45. Metode sampling menggunakan *purposive sampling*. Analisis hipotesis menggunakan *Paired Two Sample For Means Test* atau *Wilcoxon Test* dan *multi Regressions*. Hasil dari penelitian ini menyebutkan bahwa Pengumuman Kabinet Baru tahun 2009, Penetapan Pemenang Presiden (Pilpres) tahun 2014 dan Pengumuman Kabinet Baru tahun 2014 secara konsisten menghasilkan perbedaan rata-rata *Abnormal Return (AAR<sub>it</sub>)*.

**Kata Kunci** : Abnormal Return, politik nasional, peristiwa

## ABSTRACT

*The purpose of this research is to know the stock price changes when there are events that have important information. Approach and analysis of the data used in this research is quantitative, approach the sample populations used are all LQ 45 shares. The sampling method used by using purposive sampling approach. Analisis hypothesis using the Paired Two Sample For Means Test or Wilcoxon Test and multiple Regressions. The result of the penelitian ini mentions that the announcement of the new Cabinet of the year 2009, the determination of the winner of the Presidential (Elections) in 2014 and the announcement of the new Cabinet of the year 2014 consistently produce differences in average Abnormal Return (AAR<sub>it</sub>).*

**keywords**: *Abnormal Return, national politics, events*

# **PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *E – SERVICE QUALITY* TERHADAP PROSES KEPUTUSAN UNTUK MEMBELI PRODUK PADA ALFACART.COM**

**Riski Taufik Hidayah dan Eristy Minda Utami**

riski.taufik@widyatama.ac.id

Fakultas Bisnis dan Manajemen, Universtas Widyatama

## **ABSTRAK**

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui *brand image* dan *e – service quality* terhadap proses keputusan konsumen untuk membeli produk pada situs jual beli Alfacart.com. Faktor yang akan diuji dalam penelitian ini adalah *brand image* dan *e – service quality* sebagai variabel independen. Sedangkan proses keputusan pembelian sebagai variabel dependen. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Alfamart yang memiliki member card dan telah untuk menggunakan Alfacart.com sebagai media online dalam berbelanja kebutuhan sehari – hari. Teknik penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah non – probability sampling menggunakan teknik purposive sampling, dengan jumlah dalam penelitian ini adalah 200 orang. Sedangkan metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis koefisien korelasi rank spearman dan koefisien determinasi pada taraf signifikan 5%. Program yang digunakan dalam menganalisis data menggunakan Statistical Package for Social Sciences (SPSS) Ver. 20.00..

**Kata kunci:** *Brand Image, E – Service Quality, Proses Keputusan Pembelian, Alfamart, E-Commerce, Alfacart.com*

## **ABSTRACT**

*This research intend to know how the influence of the brand image and e – service quality to buying decision process Alfacart.com market place. The factors that examined in this research are the brand image and the e – service quality as independent variable. Meanwhile, buying decision process as dependent variable. The methodes used in this research are the descriptive and the verification method. Population in this research that customer Alfamart are have a member card, and choose Alfacart.com as a place to buying convince goods. The sample determination technique that is utilized in this research is non probability sampling by using the purposive sampling, with the sample amount to 200 person. Meanwhile the analysis method that is used in this research is the rank spearman correlation coefficient analysis and the determinant coefficient on significance level 5%. Program that is utilized to analyze the data is the Statistical Package for Social Sciences (SPSS) Ver. 20. 00. In this research stated that the questionnaire are valid and reliable.*

**keywords:** *Brand Image, E – Service Quality, Buying Decision Process, Alfamart, E-Commerce, Alfacart.com*

**PERANAN *ORGANIZATIONAL CULTURE ASSESSMENT INSTRUMENT*  
DALAM MENILAI BUDAYA ORGANISASI DI FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS KRISTEN MARANATHA**

**Surya Setyawan**

suryasetyawan@yahoo.com

Mahasiswa Program Doktor Ilmu Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan

Dosen Tetap Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menilai budaya organisasi pada Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha dengan menggunakan *Organizational Culture Assessment Instrument (OCAI)*. Instrumen ini memiliki enam dimensi budaya dengan empat tipe budaya. Keenam dimensi tersebut adalah karakteristik yang dominan, kepemimpinan organisasional, manajemen karyawan, perekat organisasional, penekanan strategis, dan kriteria sukses. Keempat tipe budaya adalah *clan culture*, *adhocracy culture*, *market culture*, dan *hierarchy culture*. Penelitian ini menggunakan kuesioner elektronik dan disebarakan kepada semua dosen tetap di Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa para dosen merasa bahwa budaya Fakultas cenderung ke arah budaya hirarki. Sebaliknya mereka berharap bahwa budaya yang ada seharusnya adalah budaya *clan*, yaitu budaya yang bersifat kekeluargaan.

**Kata kunci:** penilaian, organisasi, budaya, dan perilaku.

**ABSTRACT**

*The purpose of this study is to assess organization culture in Faculty of Economics, Maranatha Christian University by using Organizational Culture Assessment Instrument (OCAI). This instrument has six dimensions of culture with four culture types. The six dimensions are dominant characteristics, organizational leadership, management of employees, organizational glue, strategic emphases, and criteria of success. The four culture types are clan culture, adhocracy culture, market culture, and hierarchy culture. Electronic questionnaire are spread to lecturers in Faculty of Economics, Maranatha Christian University. The result shows that lecturers feel that the culture in the faculty tend to be hierarchy culture; nevertheless, they hope that the faculty should have a homey and warm culture, i.e. clan culture.*

**keywords:** *Assesment, organization, culture, behavior.*



# STRATEGI AGROINDUSTRI BIOETANOL BERBAHAN BAKU UBI KAYU DI PROVINSI LAMPUNG

**Rr Erlina**

ebo.erlina@gmail.com

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Lampung

## ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini untuk Menentukan elemen-elemen kunci pengembangan agroindustri bioetanol di Provinsi Lampung dan untuk menetapkan strategi pengembangan agroindustri bioetanol di Provinsi Lampung. Analisis dilakukan dengan menggunakan metode eksponensial komparatif (MPE), Analisis Struktural Interpretasi Struktural (ISM), Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman (SWOT). Hasil analisis Perbandingan Metode Eksponensial (MPE) menunjukkan bahwa singkong merupakan bahan baku yang paling unggul, diikuti oleh tebu, jagung dan ubi jalar. Berdasarkan analisis IE, strategi pengembangan agro bioetanol di Propinsi Lampung adalah sebagai berikut: (1) Intensifikasi dan ekstensifikasi lahan pertanian untuk memenuhi kebutuhan bahan baku, (2) Membuat Provinsi Lampung sebagai sumber biofuel nasional, (3) Mendorong inovasi teknologi dan inovasi kelembagaan untuk Mempercepat penyampaian dan penerapan teknologi bioetanol, Dan (4). Mengembangkan cluster agroindustri yang didukung oleh cluster bioetanol dan infrastruktur.

**Kata Kunci:** Bahan Baku Unggul, Agro Bioetanol, Singkong, Pengembangan Strategi Provinsi Lampung

## ABSTRACT

*The purpose of this research to determine the key elements of biotech agroindustry development and to establish a strategy for developing biotech agroindustry in the province of Lampung. Analysis is done by using Exponential Comparative Method (MPE), Interpretive Structural Modeling (ISM), Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats Analysis (SWOT). The results of the Comparative Method of Exponential (MPE) analysis shows that cassava is the most superior raw materials, followed by sugarcane, corn and sweet potato. Based on the analysis of IE, strategies for development of agro bioethanol in Lampung Province is as follows: (1) Intensification and extensification of agricultural land to meet the needs of raw materials, (2) Making Lampung Province as a source of biofuel national, (3) Encourage technological innovation and institutional innovation for Speeding up the delivery and adoption of bioethanol technology, and (4). Developing agro-industry cluster that is supported by means of bioethanol and infrastructure cluster.*

**keywords:** Superior Raw Materials, Agro Bioethanol, Cassava, Strategy Development, Lampung Province

**PENGARUH KECERDASAN EMOSIONAL, *LOCUS OF CONTROL*, DAN *SELF EFFICACY* TERHADAP INTENSI BERWIRUSAHA PESERTA PELATIHAN WIRUSAHA MUDA TAHUN 2015 DEPUTI BIDANG PENGEMBANGAN SUMBERDAYA MANUSIA KEMENTERIAN KOPERASI DAN USAHA KECIL MENENGAH (UKM) REPUBLIK INDONESIA**

**Mochamad Soelton, Tati Nugrahati, dan Laila Fazriyanti**  
Email: soelton@mercubuana.ac.id  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercubuana Jakarta

***ABSTRACT***

*This study aims to determine the Influence of Emotional Intelligence, Locus of control and Self Efficacy on the Intent of Entrepreneurship of Young Entrepreneur Training participants Deputy of Human Resource Development Ministry of Cooperatives and Small and Medium Enterprises of the Republic of Indonesia (Kemenkop UKM Republic) Indonesia. The population in this study was 122 respondents with saturated samples (census method). Data were collected using questionnaires and then the data were analyzed using multiple linear regression. Data processing for statistical tests conducted with SPSS version 23. The results of this study indicate that partially independent variables influence positive and significant, From this study obtained value R2 Adjusted of 0.171 (17.1%). The three independent variables can explain the dependent variable of 17.1%, while the remaining 82.9% is explained by other variables that are not examined.*

***keywords*** : Emotional Intelligence, Locus of control, Self Efficacy, Intent of Entrepreneurship

# FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *AFTERMARKET LIQUIDITY* PASCA IPO DI BURSA EFEK INDONESIA

**Reza Widhar Pahlevi**  
rezawidharp@gmail.com  
Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia

## ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis pengaruh tingkat *underpricing*, harga saham, tingkat risiko perusahaan, volume saham yang diperdagangkan, kepemilikan managerial, dan ukuran perusahaan terhadap likuiditas saham pasca IPO. Populasi pada penelitian ini adalah perusahaan yang melakukan penawaran umum perdana (*go public*) dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2000-2014, berasal dari semua jenis industri serta perusahaan yang melakukan IPO tersebut tetap terdaftar dan aktif di pasar sekunder sampai tahun 2014 dengan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *purposive sampling*. Alat analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah menggunakan regresi linear berganda. Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda menunjukkan bahwa : (1) *Underpricing* mempunyai pengaruh terhadap likuiditas saham (*spread*) namun tidak berpengaruh terhadap likuiditas saham (*turn over*) pasca IPO. (2) Harga saham mempunyai pengaruh terhadap likuiditas saham (*spread*) namun tidak berpengaruh terhadap likuiditas saham (*turn over*) pasca IPO. (3) Tingkat risiko tidak berpengaruh terhadap likuiditas saham (*spread*) namun mempunyai pengaruh terhadap likuiditas saham (*turn over*) pasca IPO. (4) Volume saham yang diperdagangkan mempunyai pengaruh terhadap likuiditas saham (*spread*) dan likuiditas saham (*turnover*) pasca IPO. (5) Kepemilikan Managerial tidak berpengaruh terhadap likuiditas saham (*spread*) namun mempunyai pengaruh terhadap likuiditas saham (*turn over*) pasca IPO. (6) Ukuran perusahaan mempunyai pengaruh terhadap likuiditas saham (*spread*) dan likuiditas saham (*turn over*) saham pasca IPO.

**Kata kunci :** *IPO, Spread, Turn Over dan Liquidity*

## ABSTRACT

*The purpose of this research is to analyze the influence of underpricing level, stock price, company risk level, stock traded volume, managerial ownership, and firm size to stock post-IPO liquidity. The population in this study is a company that conducts initial public offering (go public) and listed in Indonesia Stock Exchange period 2000-2014, comes from all types of industries and companies that do IPO is still registered and active in the secondary market until 2014 with the technique Sampling used is purposive sampling technique. Analyzer used in this research is using multiple linear regression. Based on the results of multiple linear regression test showed that: (1) Underpricing has an effect on stock liquidity (spread) but does not affect the stock liquidity (turn over) post IPO. (2) Share price has influence to share liquidity (spread) but not affect to stock liquidity (turn over) post IPO. (3) The level of risk does not affect the liquidity of the stock (spread) but has an effect on stock liquidity (turn over) post IPO. (4) The volume of shares traded has an effect on the stock's liquidity (spread) and liquidity (turnover) post-IPO. (5) Managerial Ownership does not affect the liquidity of the shares (spread) but has an effect on stock liquidity (turn over) post IPO. (6) The size of the company has an influence on stock liquidity (spread) and stock liquidity (turn over) of post-IPO shares.*

**keywords:** *IPO, Spread, Turn Over and Liquidity*

# ANALISIS BI RATE DAN BAGI HASIL TERHADAP PERTUMBUHAN PRODUK DEPOSITO MUDHARABAH PERBANKAN SYARIAH DI INDONESIA

Dede Ropik Yunus dan Yunia Mulyani Azis

ddrofiq@gmail.com

yuniams@yahoo.com

STIE EKUITAS, Bandung

## ABSTRAK

Upaya Pemerintah mendorong pengembangan bank syariah dilaksanakan dengan memperhatikan bahwa sebagian masyarakat muslim di Indonesia, pada saat ini sangat menantikan suatu sistem perbankan syariah yang sehat dan terpercaya, untuk mengakomodasikan kebutuhan mereka terhadap layanan jasa perbankan yang sesuai dengan prinsip syariah. Pengembangan perbankan syariah juga ditujukan untuk meningkatkan mobilisasi dana masyarakat yang selama ini belum terlayani oleh sistem perbankan konvensional. Selain itu, sejalan dengan upaya-upaya restrukturisasi perbankan, pengembangan bank syariah merupakan suatu alternatif sistem pelayanan jasa bank dengan berbagai kelebihan yang dimilikinya. Dampak dari upaya itu mempengaruhi BI Rate dan bagi hasil terhadap pertumbuhan deposito *mudharabah*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) BI rate mempunyai hubungan yang kuat terhadap pertumbuhan deposito mudharabah sebesar 4,35%. Hal ini sejalan dengan hasil uji kausalitas granger dimana BI Rate memiliki hubungan kausalitas dengan Deposito, (2) bagi hasil mempunyai hubungan yang kuat terhadap pertumbuhan deposito mudharabah sebesar 3,55%. Hal ini sejalan dengan hasil uji kausalitas granger dimana bagi hasil memiliki hubungan kausalitas dengan Deposito, dan (3) BI rate lebih dominan dalam mempengaruhi pertumbuhan deposito mudharabah dibandingkan dengan varian bagi hasil.

**Kata kunci :** BI *rate*, bagi hasil, deposito mudharabah

**PENGARUH FAKTOR EKONOMI MARKO DAN INDEKS NIKKEI 225, INDEKS  
DOW JONES TERHADAP INDEKS HARGA SAHAM GABUNGAN  
DI BURSA EFEK INDONESIA**

*The Influence of Macroeconomic Factors and Nikkei 225 Index, Dow Jones Index on  
Composite Stock Price Index (CSPI) in Indonesia Stock Exchange*

**Maryam Nadir**

Email: nadirmaryam19@gmail.com

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mulawarman

**ABSTRAK**

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk menguji pengaruh kurs, suku bunga, inflasi, indeks nikkei 225 dan indeks dow jones terhadap indeks harga saham gabungan di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2015. Metode pengambilan sampel dilakukan dengan *purposive sampling*. Data yang digunakan berupa data *time series* selama periode Januari 2011 sampai Desember 2015. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda dengan tingkat signifikansi 5%. Hasil analisis menunjukkan bahwa kurs, inflasi berpengaruh secara negatif tidak signifikan terhadap IHSG. Dan suku bunga (SBI) berpengaruh positif tidak signifikan terhadap IHSG. Sedangkan indeks nikkei 225 berpengaruh positif signifikan dan indeks dow jones berpengaruh negatif signifikan terhadap IHSG. Kemampuan prediksi dari kelima variabel tersebut terhadap IHSG sebesar 85,5%, sedangkan sisanya sebesar 14,5% dipengaruhi oleh factor lain di luar penelitian ini.

**Kata kunci** : Kurs, suku bunga (SBI), inflasi, indeks nikkei 225, indeks dow jones, IHSG

**ABSTRACT**

*This Study aimed to examine the effect of exchange rates, interest rate, inflation, nikkei 225 index, and dow jones index on composite stock price index in the Indonesia Stock Exchange during the period 2011 until 2015. The sampling method is done by purposive sampling. The data used form of time series data during the period January 2011 until December 2015. Data were analyzed using multiple linear regression analysis with significantly level 5%. The results of the analysis indicate that the variable of exchange rates, inflation has significant negative effect on CSPI and interest rate did not significant positive effect on CSPI. While the Nikkei 225 index has significant positive and then dow jones index have a significant negative effect on CSPI. The predictive ability of the five variables on CSPI amounted to 86.7%. While the remaining 13.3% influenced by other factors outside of this study.*

**keywords** :Exchange rates, interest rate ,inflation, nikkei 225 index, dow jones index, CSPI

**PENGARUH KARAKTERISTIK *WEBSITE***  
**(Kenyamanan Belanja, Desain Situs dan Keamanan )**  
**TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *ONLINE***  
**(Studi Kasus pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Malang)**

**Triesti Candrawati**  
Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Malang

**ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini adalah mengetahui pengaruh kenyamanan belanja, keamanan dan desain situs terhadap keputusan pembelian online. Pada penelitian ini, unit *sampling* tidak dipilih secara kebetulan tetapi menggunakan *purposive sampling*. Sampel untuk penelitian ini adalah Mahasiswa Jurusan Akuntansi Tingkat I Politeknik Negeri Malang. Sampel sebanyak 138 orang. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan rumus slovin. Teknik analisis penelitian yang digunakan adalah regresi linier berganda. Berdasarkan hasil penelitian, dengan mengambil taraf nyata (signifikansi) sebesar 5% (0.05), untuk konstanta diperoleh nilai signifikansi (p) sebesar 0.000 ( $p < 0.05$ ), maka dapat disimpulkan bahwa konstanta berpengaruh signifikan terhadap model regresi. Untuk variabel  $X_1$ , dan  $X_3$  masing-masing menunjukkan nilai signifikansi yang berturut-turut sebesar 0.000, dan 0.000 ( $p < 0.05$ ). Maka dapat disimpulkan bahwa kenyamanan belanja dan keamanan mempunyai pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap Y. Sedangkan  $X_2$  dengan nilai signifikansi 0.056 yang lebih besar dari alpha 0.05, sehingga dapat disimpulkan bahwa  $X_2$  (desain situs) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

**ABSTRACT**

*The purpose of this research is to know the influence of shopping convenience, safety and situs design on online purchase decision. In this research, the sampling unit used purposive sampling. The samples of this research were first year accounting students of state polytechnic of Malang. The samples were 138 students. The technique of the taking samples used slovin formula. The analysis methode used linier multiregresion. Based on the result, taking real significant level of 5% (0.05), meaning contanta has significant influence on regression model. The variables of shopping convenience ( $x_1$ ) and situs design ( $x_2$ ) respectively showed significant value of 0.000 and 0.000 ( $p < 0.05$ ). So, it is concluded that shopping convenience and safety have significant influence partially on Y ( purchasing decision). While  $x_2$  with significant value of 0.056 bigger than alpha 0.05, it can be concluded that  $x_2$  (situs design) does not have significant influence on purchasing decision.*

**keywords:** *Shopping Convenience, safety, situs design*

**ORGANIZATIONAL CITIZENSHIP BEHAVIOR FOR THE ENVIRONMENT (OCB-E)  
KARYAWAN PERUSAHAAN PERBANKAN DI SEMARANG**

**Lucia Haripatworo dan Bernadeta Irmawati**

luciaharipatworo@gmail.com

irmawati\_b@unika.ac.id

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Unika Soegijapranata Semarang

**ABSTRAK**

Saat ini sudah banyak perusahaan yang menerapkan *green business*, yang artinya perusahaan dalam implementasinya mengajak serta karyawan lewat kebijakan gerakan *green business*. OCBE (*Organizational Citizenship Behavior for the Environment*) adalah perilaku sukarela atau pro-sosial yang dilakukan individu yang mengarah pada program atau aktivitas lingkungan di organisasi tanpa imbalan atau kompensasi. Dimensi dari OCB-E dalam penelitian ini adalah *eco initiative*, *eco civic engagement* dan *eco helping*. Tujuan penelitian ini adalah mengidentifikasi OCB-E karyawan perbankan di Semarang. Pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner dan teknik analisis data menggunakan deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *eco initiative*, *eco civic engagement* dan *eco helping* berada pada kategori tinggi, yang artinya karyawan perbankan melakukan OCB-E. Disarankan perusahaan meningkatkan kegiatan yang mengarah pada lingkungan seperti diskusi lingkungan, gerakan lingkungan, dsb. Penelitian mendatang dapat dilihat dari perspektif manajemen

**Kata kunci:** *OCB-E, eco initiative, eco civic engagement dan eco helping*

**ABSTRACT**

*Currently, many companies are implementing green business, which means the company in its implementation invites and employees through the policy of green business movement. OCBE (Organizational Citizenship Behavior for the Environment) is a voluntary or pro-social behavior of individuals who lead to environmental programs or activities In the organization without any rewards or compensation. The dimensions of OCB-E in this research are eco initiative, eco civic engagement and eco-helping. The purpose of this study was to identify OCB-E banking employees in Semarang. Data was collected by questionnaire and data analysis technique using descriptive. The results show that eco-initiative, eco-civic engagement and eco-helping are in the high category, which means that banking employees do OCB-E. It is recommended that the company increase its environmental activities such as environmental discussions, environmental movements, etc. Future research can be seen from a management perspective.*

**keywords:** *OCB-E, eco initiative, eco civic engagement dan eco helping*

# ANALISIS STANDAR KEBUTUHAN PERSONIL SATUAN KERJA PERANGKAT DAERAH STUDI PADA KABUPATEN KUTAI TIMUR

Ariesta Heksarini dan Saida Zainurossalamia ZA

ariesta.heksarini@fe.unmul.ac.id

saida.zainurossalamia.za@fe.unmul.ac.id

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mulawarman

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini secara umum, untuk menganalisis kebutuhan pegawai pada 7 SKPD Kabupaten Kutai Timur. Penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif kualitatif. Fokus penelitiannya berdasar dari analisis jabatan dan analisis beban kerja. Instrumen pengumpulan data adalah wawancara dan observasi pada lokasi dan juga berdasarkan dokumen. Teknik analisis data dalam penelitian ini dilakukan secara kualitatif. Dari hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa dibandingkan dengan jumlah PNS yang ada (6.732 pegawai), maka diperoleh rasio sekitar 1/50. Jumlah ini hampir mendekati ideal sebagaimana jika dibandingkan dengan beberapa negara maju lainnya, dimana jika acuan minimal yaitu 2% digunakan, maka kebutuhan jumlah PNS di Kabupaten Kutai Timur adalah berjumlah sekitar 6754-an pegawai. Namun demikian berdasarkan hasil ABK nya, masih terdapat *overload* di beberapa jabatan yang dapat diatasi dengan cara pendelegasian dan pemerataan beban kerja kepada staf yang belum disesuaikan dengan kondisi existing jabatan fungsional yang ada pada bidang tersebut.

**Kata kunci** : Standar Kebutuhan Pegawai, Analisis Beban Kerja

## ABSTRACT

*The general purpose of this study is to analyze the needs of employees in 7 SKPD of East Kutai District. This research uses descriptive qualitative research type. The focus of his research is based on job analysis and workload analysis. The instruments of data collection are interview and observation on location and also based on document. Data analysis technique in this research is done qualitatively. Findings that compared with the number of civil servants (6,732 employees), then the ratio of about 1/50. This number is almost as ideal as when compared with some other developed countries, where if a minimum reference of 2% is used, then the need for the number of civil servants in East Kutai Regency is about 6754 employees. However, based on the results of his ABK, there is still overload in some positions that can be overcome by way of delegation and even distribution of workload to staff who have not adjusted to existing existing functional positions in the field.*

**keywords:** *Employee Requirement Standards, Workload Analysis*



**ANALISIS MINIMASI WASTE MELALUI PENDEKATAN *LEAN*  
MANUFACTURING PADA PROSES PRODUKSI  
PABRIK AMDK K3PG**

**Lulun Riskiana dan Abdurrahman Faris Indriya**  
E-mail: lulun.riski4na@gmail.com, faris@umg.ac.id  
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Gresik

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan meminimasi aktivitas penyebab *waste* yang ada pada lini produksi cup, memperpendek *lead time* melalui pendekatan *Lean Manufacturing* agar mampu menjaga efektifitas waktu siklus produksi pabrik AMDK K3PG. Melakukan penyebaran kuisioner pada sembilan responden dan identifikasi penyebab *waste* dengan *fishbone diagram*. Selanjutnya upaya minimasi penyebab *waste* menggunakan *improvement 5W 1H*, mengidentifikasi aktivitas *non value added* yang termasuk aktivitas *waste* melalui *value stream mapping* serta dilakukan *detail mapping* dengan *value stream analysis tools* (VALSAT). Hasil pembobotan kuisioner diperoleh *waste* dominan urutan teratas adalah *waste defect* prosentase sebesar 18,91%, *detail mapping tools* menunjukkan posisi tertinggi ditempati *process activity mapping* dengan nilai sebesar 91,3. Pada *current state value stream mapping* area produksi cup *lead time* sebesar 4320 detik dan *cycle time* sebesar 60 detik, setelah usulan perbaikan pada *future state value stream mapping* dapat melakukan minimasi waktu dengan hasil *lead time* 4010 detik dan *cycle time* sebesar 50 detik, sehingga adanya minimasi waktu dengan mereduksi *non value added* pada aktivitas *packaging*, yang termasuk *waste time* sebesar 310 detik.

**Kata kunci** : *Lean manufacturing, Waste, Value stream mapping, Value stream analysis tools, fishbone diagram, 5W 1H.*

## **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, TARIF, DAN LINGKUNGAN FISIK TERHADAP KEPUASAN PENUMPANG BIS JR CONNEXTION**

**Yasinta Soelasih**

Yasinta.soelasih@atmajaya.ac.id

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya

### **ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bahwa kualitas pelayanan, tarif dan lingkungan fisik mempunyai pengaruh terhadap kepuasan penumpang bis JR Connexion. Bila kepuasan terjadi maka mereka akan menggunakan bis tersebut kembali. Kepuasan penumpang pada bis tersebut maka akan ditimbulkan dari kualitas pelayanan, tarif dan lingkungan fisik. Penelitian ini dilakukan di Jakarta, Bogor, Depok, Bekasi dan Tangerang. Pengambilan sampel dilakukan dengan acak sederhana. Jumlah sampel yang diperoleh sebanyak 150 responden. Pengujian instrument menggunakan reliabilitas dan validitas. Hasil uji instrument dinyatakan reliable dan valid, sehingga dapat digunakan dalam penelitian ini. Analisis menggunakan SPSS dengan membandingkan regresi sederhana dan regresi berganda. Hasil dengan menggunakan regresi berganda menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak mempunyai pengaruh terhadap kepuasan penumpang. Tarif dan lingkungan fisik mempunyai pengaruh terhadap kepuasan penumpang.

**Kata kunci:** kualitas pelayanan, tarif, fasilitas fisik, kepuasan penumpang, dan JR *Connexion*

### **ABSTRACT**

*The purpose of this research are to analyze the influence of service quality, fares and physical evidence to passenger satisfaction of JR Connexion bus. When satisfaction occurs, then the customers will use the bus again. Passenger satisfaction on the bus will be generated from the quality of service, fares and physical evidence. This research was conducted in Jakarta, Bogor, Depok, Bekasi and Tangerang. Sampling is done by simple random sampling. The number of samples obtained as many as 150 respondents. Instrument testing uses reliability and validity test. The result of the instrument test showed that it's reliable and valid, so it can be used in this research. The analysis used SPSS by comparing simple regression and multiple regression. Results using multiple regression indicate that service quality has no effect on passenger satisfaction. Fares and physical evidence have an influence on passenger satisfaction.*

**keywords:** *service quality, fares, physical evidence, passengers satisfaction, JR Connexion*

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN  
DALAM MEMBENTUK LOYALITAS PELANGGAN  
PADA KLINIK WEPE SKIN CARE DI KOTA CILEGON**

**Dihin Septyanto dan Heni Resita Sari**

dihin.septyanto@esaunggul.ac.id

heni\_resitasari@yahoo.co.id

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Esa Unggul Jakarta

***ABSTRACT***

*The more consumers interest in performing beauty treatments, the company strives to provide the best to its customers as one way to get customer attention and can continue to survive in the business competition in the field of beauty clinics. This study aims to determine the effect of service quality (tangibility, reliability, responsiveness, emphaty, assurance) on customer satisfaction in shaping customer loyalty at WEPE Skin Care clinic in Cilegon city of Banten Province. This research is explanatory research using survey as methodology, while population in this research is whole customer from WEPE Skin Care clinic of Cilegon city with the number of questionnaires used is as many as 125 respondents who visited WEPE Skin Care Cilegon clinic. The analysis used Purposive Sampling, AMOS and SEM (Structural Equation Model) techniques. From the result of this research indicate that service quality have positive and significant effect to customer satisfaction, and that service quality have positive and significant influence to customer loyalias. The results also showed that the influence of customer satisfaction variable on customer loyalty is positive and significant.*

***keywords*** : Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty

## PERSEPSI NASABAH TERHADAP BAURAN PEMASARAN DAN PEMASARAN SYARIAH

**Deasy Wulandari**

Email : deasywulandariFEUJ@gmail.com  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember

### ABSTRAK

Perbankan syariah memiliki ruang yang cukup besar untuk berkembang di Indonesia dan bersaing dengan bank konvensional. Hal ini didukung dengan produk keuangan dan investasi yang berbeda dengan bank konvensional, dimana aspek perbankan yang berkaitan dengan hukum dan asas Islam lebih diminati. Perbankan syariah telah berkembang pesat dengan didirikannya berbagai lembaga keuangan baik lembaga keuangan bank maupun lembaga keuangan non bank. Tantangan perbankan syariah dalam jangka pendek adalah : pemenuhan sumber daya manusia yang kompeten dan handal, inovasi pengembangan produk dan layanan perbankan syariah serta kelangsungan program sosialisasi dan edukasi kepada masyarakat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pengumpulan data melalui *focus group discussion* dan wawancara. Informan dalam penelitian ini adalah pimpinan, karyawan dan nasabah perbankan syariah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara umum bauran pemasaran dan pemasaran syariah sudah baik. Meskipun terdapat beberapa faktor yang kurang memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah perbankan syariah.

**Kata kunci** : bauran pemasaran, pemasaran syariah, perbankan syariah, pendekatan kualitatif.

## **PENGEMBANGAN KOMPETENSI CALON PEMIMPIN MELALUI HASIL ASSESSMENT CENTER**

**Susi Adiawaty**

E-mail: s.adiawaty@yahoo.co.id

Program Studi Manajemen Institut Bisnis Nusantara Jakarta

### **ABSTRAK**

Dalam era globalisasi saat ini, perusahaan harus melakukan pertahanan dalam dunia bisnis dengan selalu mengikuti setiap perkembangan dunia bisnis yang semakin ketat. Disisi lain tingginya tingkat ketidakpastian yang terjadi di dunia bisnis kurun waktu beberapa tahun kebelakang ini membuat perusahaan harus mampu menyesuaikan diri dengan perubahan lingkungan dengan menjalankan suatu strategi yang disusun oleh para penentu keputusan strategis perusahaan atau para pimpinan di semua level pimpinan perusahaan. Para pemimpin merupakan Sumber daya manusia yang menjadi tulang punggung bagi pencapaian visi dan mengarahkan perusahaan agar berjalan sesuai strategi yang telah ditetapkan secara efektif dan efisien. Perusahaan akan dapat bekerja secara efektif dan efisien jika para pemimpin yang ada memiliki kompetensi (*competence*) yang memadai. Seorang pemimpin yang kompeten dituntut untuk memiliki kualifikasi yang memenuhi kompetensi-kompetensi tertentu yang dapat diketahui melalui suatu penilaian/asesmen yang memastikan calon pemimpin memenuhi tuntutan kriteria kompetensi yang diinginkan. Jika hasil asesmen tidak sesuai dengan standar kriteria kompetensi yang diinginkan atau terjadi gap antara *job fit* dan *current job* maka harus dilakukan proses pengembangan diri bagi calon pemimpin tersebut. Penting bagi perusahaan untuk mengetahui gap kompetensi untuk menentukan pengembangan diri yang harus diberikan pada calon pemimpin tersebut. Proses penilaian yang dilakukan melalui *assessment center* dapat memberikan informasi berbagai kompetensi yang harus dikembangkan pada diri seorang pemimpin. Perlu bagi perusahaan untuk menggunakan pengukuran *assessment center* untuk mengetahui kompetensi yang dimiliki para calon pemimpin yang dapat memenuhi kriteria untuk menduduki suatu posisi/jabatan sebagai pemimpin. *Assessment center* dapat memberikan informasi mengenai kompetensi-kompetensi yang memenuhi dan kompetensi yang tidak memenuhi persyaratan standar minimum kompetensi yang dipersyaratkan sebagai acuan bagi perusahaan untuk membuat keputusan terhadap calon pemimpin yang dinilai. Informasi gap atau perbedaan kompetensi yang diperoleh melalui *assessment center* dapat dijadikan acuan untuk menentukan bentuk pengembangan dan tindak lanjut pengembangan yang dapat dilakukan kepada calon pemimpin

**Kata Kunci** : kompetensi, *asesmen center*, gap kometensi

# MENGUKUR KEPUASAN PELANGGAN PDAM TIRTA PAKUAN KOTA BOGOR

**Muhamad Azis Firdaus**  
azisfirdaus@gmail.com  
Universitas Ibn Khaldun Bogor

## ABSTRAK

Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) merupakan bagian dari strategi Pemerintah Daerah dalam memberikan layanan publik secara efektif dan efisien. Tugas Pemerintah Daerah dalam menyediakan kebutuhan masyarakat yaitu kebutuhan air bersih, dialihkan pada BUMD Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM). Untuk itu PDAM perlu memberikan produk dan jasanya secara baik dan maksimal untuk kepentingan masyarakat. Salah satu metode pengukuran yaitu dengan melihat kepuasan masyarakat (pelanggan). Konsep TERRA dalam mengukur tingkat kepuasan konsumen dijadikan sebagai dimensi-dimensi untuk mengukur kepuasan pelanggan PDAM Tirta Pakuan Kota Bogor di Zona 4. Pengukuran kepuasan dilakukan dengan dua tahap yaitu pengukuran dengan Important Performance Analysis (IPA), dan kemudian dilanjutkan dengan penghitungan Indeks Kepuasan Pelanggan/ Customer Satisfaction Index (CSI). Hasil Pengukuran menunjukkan adanya dimensi kehandalan jasa yang berada pada kuadran 1. Sementara kehandalan produk berada pada kuadran 4. Indeks kepuasan pelanggan PDAM di zona 4 yang mencapai 75% untuk produk dan jasa, sangat terbuka untuk dapat ditingkatkan lagi.

**Kata kunci:** Kinerja produk, kepuasan pelanggan, BUMD

## ABSTRACT

*Regional Government Public Enterprises (BUMD) is part of the strategy of Local Government in providing public services effectively and efficiently. The task of local government in providing the needs of the community that is the need for clean water, transferred to the Regional Water Company (PDAM). For that PDAM needs to provide its products and services well and maximally for the benefit of society. One method of measurement is to see the satisfaction of the community (the customer). The concept of TERRA in measuring the level of customer satisfaction serve as dimensions to measure customer satisfaction of PDAM Tirta Pakuan Bogor City in Zone 4. Measurement of satisfaction is done by two phases that is measurement with Important Performance Analysis (IPA), and then proceed with calculation of Customer Satisfaction Index (CSI). Measurement results show the reliability dimension of services that are in quadrant 1. While product reliability is in quadrant 4. PDAM customer satisfaction index in zone 4 which reaches 75% for products and services, is very open to be improved again.*

**keywords:** Product performance, customer satisfaction, BUMD

## MINAT, PERSEPSI DAN HARAPAN MAHASISWA BARU DALAM MEMILIH FEB UNJA

**Shofia Amin dan Setyaningsih**  
shofiaamin@unja.ac.id  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jambi

### ABSTRAK

Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) diakui merupakan salah satu fakultas terfavorit di Universitas Jambi selain Fakultas Hukum dan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan. Tingginya minat mahasiswa dalam memilih FEB perlu disikapi dengan peningkatan kualitas FEB secara berkelanjutan sesuai persepsi dan harapan mahasiswa. Jika tidak, maka persepsi dan harapan yang tidak terpenuhi tersebut akan mempengaruhi perilaku mahasiswa dalam proses belajar mengajar dan pada akhirnya akan mempengaruhi kinerja FEB dalam jangka panjang. Tujuan penelitian ini adalah (1) untuk mengeksplorasi faktor-faktor yang mendorong minat mahasiswa baru memilih FEB Unja, (2) Untuk mengeksplorasi persepsi mahasiswa terhadap FEB Unja sebelum mereka diterima dan (3) Untuk mengeksplorasi harapan mahasiswa setelah diwisuda nanti. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif, pengumpulan data dilakukan melalui teknik wawancara yang mendalam terhadap 24 orang mahasiswa baru angkatan 2016 yang mewakili jurusan Manajemen, Ilmu Ekonomi, Akuntansi dan Ekonomi Islam yang lulus masing-masing melalui jalur seleksi SNMPTN, SMBPTN dan UMB. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa yang menjadi responden dalam penelitian ini memilih FEB Unja karena minat yang berasal dari sendiri. Mereka berpersepsi bahwa FEB Unja akan memberikan lebih banyak peluang kerja dan berharap setelah tamat nanti mayoritas ingin bekerja di bank dan menjadi entrepreneur.

**Kata kunci:** minat, perseps, harapan

### ABSTRACT

*Faculty of Economics and Business (FEB) is recognized as one of the most favorite faculties in Jambi University after Faculty of Law and Faculty of Teaching & Learning. The high interest of students in choosing FEB needs to be addressed by increasing the quality of FEB continuously as they perceived and expected. Otherwise, the unfulfilled perceptions and expectations will affect students behavior in teaching and learning process and it will ultimately affect FEB performance in the long term. The purposes of this study are (1) to explore factors that encourage new students to choose FEB in Jambi University, (2) to explore students' perceptions of FEB before they are accepted and (3) to explore students' expectations after they graduate. By using qualitative approach, the data collection is done through in-depth interview technique on 24 undergraduate students enrolled in the Academic Year of 2016. They had been chosen from Department of Management, Economics, Accounting and Islamic Economics, who pass selection through SNMPTN, SMBPTN and UMB. The results showed that the majority of respondents chose FEB UNJA because of their own interest. They perceived FEB UNJA provide more job opportunities and after graduate they want work in a bank or be an enterpreneneur.*

**keywords:** interest, perception and expectation

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERINGKAT OBLIGASI PADA  
PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA  
PERIODE 2012-2015**

**Fitra Ramadhanti Nariswari dan Sri Mulyati**  
Smulyati32@yahoo.com  
Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia

**ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi peringkat obligasi pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Faktor-faktor yang diduga berpengaruh terhadap peringkat obligasi yaitu profitabilitas, likuiditas, ukuran perusahaan, umur obligasi, dan jaminan obligasi. Sampel dalam penelitian ini adalah perusahaan penerbit obligasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2015 dan diperingkat oleh PT. PEFINDO. Sampel dipilih menggunakan metode purposive sampling dan diperoleh 33 perusahaan yang menjadi sampel. Analisis data dilakukan dengan model analisis regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap peringkat obligasi, umur obligasi berpengaruh negatif signifikan terhadap peringkat obligasi. Hal ini berarti bahwa profitabilitas, ukuran perusahaan, dan umur obligasi dapat mempengaruhi baik atau buruknya peringkat obligasi pada perusahaan. Sedangkan, likuiditas dan jaminan obligasi tidak berpengaruh signifikan terhadap peringkat obligasi. Sehingga dapat dikatakan bahwa tinggi rendahnya variabel tersebut tidak berpengaruh terhadap baik atau buruknya peringkat obligasi.

**Kata kunci:** Peringkat Obligasi, Profitabilitas, Likuiditas, Ukuran Perusahaan, Umur Obligasi, dan Jaminan Obligasi.

**ABSTRACT**

*The purpose of this research to analyze the factors that affect the rating of bonds at companies listed on the Indonesia Stock Exchange. Factors that are suspected to affect bond ratings are profitability, liquidity, firm size, maturity, and secure. The sample in this research is a bond issuer company listed in Indonesia Stock Exchange period 2012-2015 and rated by PT. PEFINDO. The sample wereselected using purposive sampling method and obtained 33 companies that become the sample. Method of data analysis using multiple linear regression. The results of this study indicate that the profitability and size of the company have a significant positive effect on the rating of bonds, maturity has a significant negative effect on the rating of bonds. This means that the profitability, firm size, and maturity can affect the good or bad ratings of bonds at the company. Meanwhile, liquidity and secure have no significant effect on the rating of bonds. So it can be said that the high and low that variable does not affect the good or bad rating bond.*

**Keywords:** Bond Rating, Profitability, Liquidity, Company Size, Maturity, and Secure.



## **RISET PEMASARAN ISLAMI: KAJIAN LITERATUR DAN AGENDA PENELITIAN**

**Hendy Mustiko Aji**

hm.aji@uii.ac.id

Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia

### **ABSTRAK**

Meningkatnya minat pada ilmu perbankan syariah atau keuangan syariah ternyata juga memberikan dampak positif pada ilmu pemasaran Islami. Akan tetapi, melekatnya label 'Islami' atau 'syariah' atau 'halal' pada ilmu pemasaran kerap dipertanyakan dan diperdebatkan, terkhusus dari kalangan akademisi. Pertanyaan dan perdebatan tersebut semakin mengarah kepada skeptisme karena adanya anggapan bahwa penelitian pada topik pemasaran Islami sulit tembus di jurnal-jurnal bereputasi. Konsekuensinya, banyak dosen dan peneliti yang ragu untuk melakukan penelitian pada ranah keilmuan ini. Tujuan paper ini adalah untuk menjawab beberapa permasalahan tersebut. Metode yang digunakan adalah kajian literatur, dimana penulis mengumpulkan beberapa penelitian terdahulu pada topik yang sama untuk kemudian dianalisis hasilnya. Dari analisis kajian literatur yang dilakukan, paper ini menemukan banyak celah yang dapat menjadi peluang penelitian selanjutnya. Pada bagian akhir paper ini, agenda penelitian selanjutnya didiskusikan.

**Kata kunci:** pemasaran Islam, konseptual, dan kajian literatur

### **ABSTRACT**

*The growing research trend in the field of Islamic banking and finance has also influenced the research trend in the marketing field. However, the addition of 'Islamic' or 'Sharia' label after marketing triggered the skeptical and antipathy position, especially among the academicians. It is strengthened by the presumption that most reputable international journals refused to issue the paper concerning Islamic marketing topics. As the consequence, many marketing lecturers and researchers hold their interest in researching in this relatively 'new' marketing science. The objective of this paper, therefore, is to answer those problems. To do so, literature review method is used by compiling several previous studies with the same research topics. They are then mapped and analyzed to see where are the gaps, opportunities, and challenges for future research agenda. In the end section of this paper, the future research agenda is offered.*

**keywords:** *Islamic marketing, conceptual, and literature review*

## FAKTOR DETERMINAN PERUBAHAN HARGA OBLIGASI NEGARA

**Sutrisno dan Yossi Azizah**  
sutrisno@uii.ac.id  
Universitas Islam Indonesia

### ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji faktor-faktor determinan harga obligasi Negara yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Faktor-faktor yang diduga mempengaruhi harga obligasi Negara adalah suku bunga SBI, likuiditas, Rating obligasi, kupon obligasi, dan maturity. Data penelitian ini berupakan data sekunder yang diperoleh dari Bursa Efek Indonesia. Populasi dalam penelitian ini adalah semua obligasi Negara yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, sedangkan sampel yang diambil sebanyak 23 obligasi Negara. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling. Alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa suku bunga SBI berpengaruh secara signifikan dan negatif terhadap harga obligasi. Kupon dan maturity berpengaruh signifikan dan positif terhadap harga obligasi, sedangkan likuiditas pengaruhnya tidak signifikan terhadap harga obligasi Negara. Sementara variabel rating tidak dapat diolah karena obligasi Negara memperoleh peringkat rating yang sama pada periode pengamatan.

**Kata kunci:** : harga obligasi, suku bunga SBI, likuiditas, kupon dan *maturity*

### ABSTRACT

*The purpose of this study was to examine the determinants of the price of state bonds listed on the Indonesia Stock Exchange. Factors thought to affect the price of state bonds is the SBI interest rate, liquidity, Rating bonds, coupon, and maturity. This research data is secondary data obtained from the Indonesia Stock Exchange. The population in this study were all state bonds that listed on the Indonesia Stock Exchange, while samples taken as many as 23 state bonds. The sampling technique used purposive sampling method. The analytical tool used is multiple regression analysis. The results showed that the SBI interest rate significantly and negatively affect to the price of bonds. Coupon and maturity significant and positive impact on bond prices, But the liquidity effect is not significant to the State bond prices. While the rating variables can not be processed because of state bonds received ratings of the same rating in the period of observation.*

**keywords:** *bond prices, SBI rate, liquidity, coupon and maturity*

## **PENGARUH DIMENSI *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP MINAT PEMBELIAN ULANG KONSUMEN PADA *SUPER STORE* DI BANDAR LAMPUNG**

**Aida Sari**

aida.fakultasekonomi@gmail.com  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universtas Lampung

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dimensi store atmosphere yang meliputi kebersihan, music, aroma, suhu, pencahayaan, warna dan tampilan/tata letak terhadap minat beli ulang konsumen. Sampel penelitian sejumlah 165 orang konsumen yang telah berbelanja di *Super Store* di Bandar Lampung. Hasil pengujian hipotesis dengan uji F dan uji t diperoleh secara keseluruhan dimensi variabel *store atmosphere* menunjukkan bahwa semua dimensi variabel *store atmosphere* baik secara keseluruhan dan parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap minat pembelian ulang konsumen pada *Super Store* di Bandar Lampung. Untuk meningkatkan minat pembelian ulang konsumen disarankan untuk meningkatkan dimensi variabel tampilan/tata letak dan aroma agar membuat konsumen nyaman dalam melakukan suasana berbelanja yang menyenangkan.

**Kata Kunci** : *store atmospehere, cleanliness, music, scent, temperature, lighting, color, display and shopping environment*

### **ABSTRACT**

This study aims to determine the effect of store atmosphere dimensions that include cleanliness, music, aroma, temperature, lighting, color and appearance / layout to consumer buying interest. The sample of a total of 165 consumers who have been shopping at the Super Store in Bandar Lampung. The result of hypothesis testing with F test and t test is obtained as a whole dimension of store atmosphere variables indicates that all dimensions of store atmosphere variables both overall and partial have a significant influence on consumer buying interest in Super Store in Bandar Lampung. To increase consumer buying interest it is advisable to increase the dimensions of display / layout and aroma variables to make consumers comfortable in a fun shopping environment.

**keywords:** *store atmosphere, cleanliness, music, scent, temperature, lighting, color, display and shopping environment*

# ***E –SERVICE QUALITY: PERSEPSI KONSUMEN MUDA DI KOTA BANDUNG TERHADAP MEDIA SOSIAL YANG DIGUNAKAN UMKM***

**Nina Septina dan Lilian Danil**  
septina@unpar.ac.id  
liliandanil@unpar.ac.id   liliandanil@gmail.com  
Fakultas Ekonomi, Universitas Katolik Parahyangan

## **ABSTRAK**

Perkembangan teknologi, khususnya internet, memunculkan berkembangnya bisnis *online*. Para pelaku UMKM sudah mulai memanfaatkan peluang bisnis *online* ini untuk melengkapi bisnis *offline* yang secara konvensional telah digelutinya. Perkembangan teknologi yang sangat erat dalam keseharian konsumen muda sehingga mereka dengan lebih mudah mengadaptasi dan memanfaatkan bisnis *online* ini. Untuk meningkatkan kepuasan konsumen *online*, pelaku UMKM perlu mengetahui persepsi konsumen mengenai kualitas layanannya sebagai dasar keputusan untuk setiap kebijakan pemasarannya. Penelitian dilakukan untuk mempelajari dimensi *e-service quality* yang sesuai dalam mengukur persepsi konsumen muda terhadap media sosial yang digunakan oleh pengusaha UMKM di kota Bandung. Pengumpulan data dilaksanakan ,emgunakan pendekatan kualitatif dengan penyelenggaraan *Focus Group Discussion*. Hasil penelitian ini digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi UMKM untuk mengoptimalkan penggunaan media sosial bagi bisnis *online* yang mereka tekuni terutama dalam menyusun strategi pemasaran dan pengambilan keputusan pemasaran yang terkait.

**Kata kunci:** *E-service quality*, media sosial, UMKM, persepsi

## **ABSTRACT**

*Technological development, in this context internet growth, stimulate significant progress in online business. Small medium enterprise (SME) businessmen have started to utilize online business opportunities as a critical addition to their offline business platform. This developments very close to young consumers' daily life as they are more easily adapt and utilize this kind of business platform. To enhance online consumer satisfaction, SME businessman need to understand consumers' perception about the e-service quality as the basis for marketing business policy decision making. This research conducted at Bandung to study the dimensions of e-service quality to measure young social media user perceptions. Data collection carried out through qualitative approach; focus group discussion. The results of this research are implemeted as one of several importants basic consideration to optimize SME's social media uses for their marketing strategy and marketing-related decision making.*

**keywords:** *E-service quality, social media, small medium enterprises, perception*

# EFEKTIVITAS *SOFT SKILLS TRAINING*: STUDI KASUS PADA PELATIHAN *AGENT of CHANGE* DI PERUSAHAAN Y

Ferdinand Hindiarto

ferdihind@gmail.com

Fakultas Psikologi, Universitas Katolik Soegijapranata Semarang  
Mahasiswa Program Doktor Ilmu Psikologi Universitas Gadjah Mada Yogyakarta

## ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui efektivitas training sebagai media pengembangan *soft skills* SDM dalam organisasi dan kriteria efektivitas dari sudut pandang stakeholder training, yaitu peserta training, atasan peserta training, manager dan staf HRD serta direktur utama. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, yaitu program pelatihan Agent of Change (AoC) di perusahaan X. Wawancara mendalam dan *Focus Group Discussion* digunakan sebagai metode pengambilan data pada subyek yang terdiri atas 4 orang peserta training AoC, 14 orang atasan peserta training, 3 orang manager dan staf HRD dan 1 orang direktur utama. Hasil penelitian menunjukkan bahwa training efektif untuk mengembangkan *soft skills* SDM, secara spesifik sebagai pembuka kesadaran bagi para peserta training dan harus diikuti dengan program-program lanjutan sebagai pengikat dan media bagi peserta untuk mengembangkan *soft skills*. Kriteria efektivitas *soft skills training* merujuk pada terjadinya *transfer of training*, yaitu dapat diterapkannya hasil training ke dalam konteks pekerjaan. Beberapa saran dan rekomendasi untuk penelitian selanjutnya menjadi implikasi dari penelitian ini.

**Kata kunci:** efektivitas training, *soft skills training*, *transfer of training*

## ABSTRACT

*The purpose of this research is to know the effectiveness of training as media of soft skill development of human resources in organization and criteria of effectiveness from stakeholder training point of view, that is training participant, supervisor of trainee, manager and staff of HRD and president director. The research approach used is qualitative approach with case study method, that is Agent of Change (AoC) training program in company X. In-depth interview and Focus Group Discussion is used as data retrieval method on subjects consisting of 4 AoC training participants, 14 trainees's managers, 3 managers and HRD staff and 1 directors. The results show that effective training to develop the soft skills of human resources, specifically as an opening awareness for the participants of the training and should be followed by advanced programs as a binder and media for participants to develop soft skills. The effectiveness criteria of soft skills training refers to the transfer of training, that is, the application of training results into the work context can be applied. Some suggestions and recommendations for further research are the implications of this research.*

**keywords:** *training effectiveness, soft skills training, transfer of training*

**MEASURING CONSUMER LOYALTY PROGRAM: AN INVESTIGATION TO CITILINK  
INDONESIA CONSUMERS  
(CASE OF CITILINK INDONESIA IN JAKARTA)**

**Irfanto Makarim Pratama dan Nila Krisnawati Hidayat**

Irfanto.pratama@student.sgu.ac.id

nila.hidayat@sgu.ac.id

Faculty of Business Administration and Humanities

Swiss German University, Tangerang, Indonesia

**ABSTRACT**

*This thesis is measurement in which stages the current position of Citilink Indonesia consumer. Finally, it identifies in which stage the loyalty and engagement level of Citilink Indonesia with their customer and it will help them to create a long and strong relationship with their customer. This thesis using quantitative approach for data collected through questionnaire and qualitative data by in-depth interview, while the secondary data are attained from various text books, journals, and article. The quantitative data was analysing by Big-Doors loyalty framework using SPSS software. The result of this study is show that the current position of Citilink Indonesia customer are in low level, which means that overall each cohort are in low stages which are register and frequency level with the level of engagement in low level. It means that Citilink Indonesia airline I create a long term strategies to increase the level of engagement with their customer.*

**keywords—.** *Customer loyalty, Passenger Satisfaction, Loyalty Program, Service Quality, Big-Doors loyalty framework, Register, Frequency, Conversion, Advocacy, Rewards*

# ANALISIS KEBERHASILAN USAHA KECIL BIDANG KONSTRUKSI DI KOTA PALU DITINJAU DARI KARAKTERISTIK PRIBADI DAN KEPEMIMPINAN WIRAUSAHA

Lina Mahardiana

Lina.Okey@yahoo.co.id

Fakultas Ekonomi Universitas Tadulako

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menguji dan mengkaji konsep karakteristik wirausaha yang dikemukakan oleh Sukardi (1991) yang akan memengaruhi keberhasilan usaha, baik secara langsung maupun tidak langsung, dengan kepemimpinan sebagai variabel antara. Unit analisis adalah 98 pengusaha kecil bidang konstruksi yang ada di Kota Palu diambil secara acak (*random*) dan masing-masing dinilai oleh 2 orang karyawannya. Analisis jalur (*path analysis*) merupakan perluasan analisis regresi untuk menaksir hubungan kausalitas antar variabel (model causal), sehingga digunakan untuk menguji pengaruh antar variabel yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan teori yang dikemukakan. Pengolahan data menggunakan bantuan program SPSS 21. Hasil yang diperoleh menunjukkan pengaruh tidak langsung lebih kuat dari pada pengaruh langsung, karena nilai koefisien regresi pengaruh karakteristik wirausaha terhadap keberhasilan usaha sangat kecil ( $\beta = 0,148$  atau hanya 14,8%), sedangkan total pengaruh tidak langsung sebesar 0,641 atau sebesar 64,1%, nilai ini lebih kecil dari nilai  $\beta$  pengaruh kepemimpinan terhadap keberhasilan usaha ( $\beta = 0,697$  atau 69,7%).

**Kata kunci:** Karakteristik Pribadi Wirausahawan, Kepemimpinan dan Keberhasilan Usaha Kecil bidang konstruksi

## ABSTRACT

*This study aims to test and assess the characteristics of entrepreneurial concepts put forward by Sukardi (1991:105) that will affect the success of the business, either directly or indirectly, with the leadership as an intermediate variable. The unit of analysis is the construction field 98 small businesses in the city of Palu taken randomly and each was rated by 2 employees. Path analysis is an extension of regression analysis to estimate the causal relationships between variables (causal models), so it is used to test the influence between variables predefined by the theory proposed. Processing data using SPSS 21. The results obtained indicate the indirect effect is stronger than the direct effect, because the regression coefficient characteristic influence entrepreneurs to business success is very small ( $\beta = 0.148$ , or only 14.8%), while the total effect is not immediately by 0,641 or by 64.1%, this value is smaller than the value  $\beta$  influence of leadership to business success ( $\beta = 0.697$  or 69.7%).*

**keywords:** *entrepreneurial characteristics, leadership and Small business success*

# ANALISA FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN MAHASISWA MEMILIH KULIAH DI SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STEI) JAKARTA

**Yusuf Suhardi dan Meita Pragiwani**

suhardi.1960.ys@gmail.com, meitasoetopo@gmail.com

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta

## ABSTRAK

Penelitian ini dilaksanakan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta. Populasi penelitian adalah Mahasiswa Baru STEI tahun akademik 2016/2017 berjumlah 1.062 orang, sampling menggunakan Slovin berjumlah 295 orang mahasiswa STEI pada Program Studi S1 Akuntansi, S1 Manajemen, D3 Akuntansi dan D3 Manajemen Perdagangan. Teknik sampling dengan random sampling atau acak. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif analisis. Hasil uji validitas faktor internal dan faktor eksternal  $r$ -hitung semua lebih besar dari  $r$ -tabel berarti semua pernyataan adalah valid. Hasil uji reliabilitas menunjukkan semua pernyataan baik internal maupun eksternal realibel karena  $\alpha$  adalah 0,780 dan 0,729 di atas 0,6. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Calon Mahasiswa STEI sejak awal mayoritas bercita-cita ingin menjadi sarjana ekonomi. Sebagian besar responden yakin lulusan STEI akan memperoleh pekerjaan yang baik. Responden mayoritas merasa memiliki bakat di bidang ilmu ekonomi. Mayoritas masuk STEI karena akreditasi STEI adalah B dan dalam memutuskan tempat kuliah mayoritas faktor lokasi yaitu dekat dengan kampus, selain itu karena uang kuliah di STEI terjangkau. Saran kuliah di STEI yang dominan adalah saran dari orang tua kemudian dari teman. Mayoritas Calon Mahasiswa STEI menerima informasi dari brosur dan spanduk, sedikit sekali menerima informasi dari iklan di koran, radio, televisi, internet dan presentasi pihak STEI di sekolah

**Kata kunci :** Keputusan, Motivasi, Perguruan Tinggi

## ABSTRACT

*This research was conducted at Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta. The study population is STEI New Student of academic year 2016/2017 totaling 1,062 people, sampling using Slovin amounted to 295 students of STEI in S1 Accounting Study Program, S1 Management, Accounting D3 and D3 of Trade Management. Sampling technique with random sampling or random. This research uses descriptive analysis method. The result of validity test of internal factor and external factor  $r$ -count all bigger than  $r$ -table mean all statement is valid. Reliability test results show all statements both internal and external realibel because  $\alpha$  is 0.780 and 0.729 above 0.6. The results show that STEI Student Candidates from the beginning of the majority aspire to become an economics graduate. Most of the respondents believe that STEI graduates will get a good job. The majority respondents felt they had a talent in the field of economics. The majority enter STEI because STEI accreditation is B and in deciding place of college majority factor of location that is close to campus, besides because of tuition in STEI is affordable. Suggestion of lectures at STEI which is dominant is advice from parents then from friends. The majority of STEI Student Candidates receive information from brochures and banners, receive very little information from advertisements on newspapers, radio, television, internet and STEI presentations at school*

**keywords:** Decision, Motivation, Higher Education



**PENGARUH GREEN MARKETING, BRAND IMAGE DAN ENVIRONMENTAL  
AWARENESS TERHADAP MINAT BELI BAHAN BAKAR PERTAMAX TURBO di  
KOTA SIDOARJO**

**Lilik Indahyani dan Dewi Andriyani**

lilikalmachfudz@gmail.com

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

**ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui bahwa *green marketing*, *brand image* dan *environmental awareness* secara parsial, simultan dan paling signifikan berpengaruh terhadap minat beli bahan pertamax turbo di kota Sidoarjo. Selanjutnya penelitian ini menguji dan menganalisis pengaruh *green marketing*, *brand image* dan *environmental awareness* secara parsial, simultan dan paling signifikan berpengaruh terhadap minat beli bahan pertamax turbo di kota Sidoarjo. Pendekatan dalam penelitian ini adalah kuantitatif yang bersifat kausal, serta teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner. Populasi pada penelitian ini adalah pengguna bahan bakar pertamax turbo di kota sidoarjo sedangkan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *incidental sampling* dengan jumlah sampel sebesar 100 orang. Analisis statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah Regresi Linier Berganda dengan perhitungan asumsi nilai parametrik dengan menggunakan Program SPSS 20.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *green marketing*, *brand image* dan *environmental awareness* berpengaruh secara parsial berpengaruh terhadap minat beli bahan pertamax turbo di kota Sidoarjo, dan *green marketing*, *brand image* dan *environmental awarenes* berpengaruh secara simultan terhadap minat beli bahan pertamax turbo di kota Sidoarjo sedangkan paling variabel yang paling berpengaruh signifikan terhadap minat beli bahan pertamax turbo di kota Sidoarjo *environmental awarenes*.

**Kata Kunci:** *Green Marketing, Brand Image, Environmental Awareness dan Minat Beli*

**ABSTRACT**

*The purpose of this research is to know that green marketing, brand image and environmental awareness partially, simultaneously and most significantly influence on buying interest of pertamax turbo material in Sidoarjo city. Furthermore, this study examines and analyzes the influence of green marketing, brand image and environmental awareness partially, simultaneously and most significantly influences the buying interest of pertamax turbo material in Sidoarjo city. Approach in this research is quantitative which is causal, and technique of collecting data using questioner. The population used in this research is the user of pertamax turbo fuel in Sidoarjo city while the sampling technique used is incidental sampling with the number of samples of 100 people. Statistical analysis used in this study is Multiple Linear Regression with the calculation of parametric value assumption by using SPSS 20.0 Program. The results show that green marketing, brand image and environmental awareness have a partial effect on the buying interest of pertamax turbo material in Sidoarjo city, and green marketing, brand image and environmental awarenes influence simultaneously to the buying interest of pertamax turbo material in Sidoarjo city while the most variable The most significant effect on buying interest of pertamax turbo material in Sidoarjo environmental awarenes.*

**keywords:** *Green Marketing, Brand Image, Environmental Awareness and Buying Interest*

# KAJIAN ORIENTASI ENTREPRENEUR, VOLATILITAS USAHA KECIL DAN MENENGAH DAN BUDAYA LOKAL DI JABODETABEK

Syahril Djaddang dan Mulyadi

djaddangsyahril@gmail.com/ mulyadi\_up@yahoo.co.id  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pancasila

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menemukan strategi Pertumbuhan Usaha Kecil dan Menengah yang berorientasi pada Entrepreneurship dengan melihat pertumbuhan usaha serta laju penjualan dengan berbasis kearifan budaya lokal UKM yang etis. Penelitian ini dilakukan pada 5 wilayah yaitu Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang dan Bekasi. Penelitian ini juga untuk menganalisis dampak dari pertumbuhan strategis/EO sebagai prediksi volatilitas UKM (EO dan lingkungannya) dan efek potensi dari pertumbuhan strategi pada volatilitas UKM. Mengembangkan model literatur dari penelitian volatilitas industry kecil & menengah dengan pertumbuhan strategis/EO yang berbasis kearifan budaya local yang etis. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dan pengambilan sampel secara *random* pada semua populasi UKM di Jabodetabek. Hasil penelitian ini memberikan kontribusi secara positif dan signifikan atas peran kearifan budaya lokal UKM yang etis dan orientasi kewirausahaan / pertumbuhan strategis yang diproksi dengan inovatif, risk taking dan pro aktif. Dimana proaktif memberikan kontribusi sebesar 83%, risk taking sebesar 80% dan inovatif sebesar 56% untuk orientasi kewirausahaan/pertumbuhan strategis UKM terhadap volatilitas UKM yang dimediasi secara penuh budaya lokal UKM yang etis di Jabodetabek.

**Kata kunci :** *Orientasi Entrepreneur, Budaya Local dan Volatilitas UKM.*

## ABSTRACT

*This research aim is to find growth strategy of small and medium enterprises (SME) oriented with entrepreneurship by looking at enterprises' growth and sales based on the ethical discernment of the local culture of SME. This research is conducted in 5 areas i.e. Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang and Bekasi. This research is also meant to analyze the impact of strategic growth as prediction tool of the volatility of SME (EO and its scope) and the potential effect of growth strategy on the volatility of SME. Developing literature model of small and medium enterprises' volatility research with strategic growth based on the ethical discernment of the local cultures. Research method used is quatitative method with random sampling on the entire population of SME in Jabodetabek. The result of this research positively and significantly gives contribution to the role of the ethical discernment of the local cultures of SME and entrepreneurship orientation / strategic growth projected with innovative, risk taking and pro-active, in which give contribution of 56%, 80%, 83% respectively to the entrepreneurship orientation / strategic growth of SME against volatility of SME that is fully moderated by the ethical local culture of SME in Jabodetabek.*

**keywords :** *Entrepreneur Orientation, Local Cultural, and Volatility of SMEs.*

# MENDORONG NIAT PEMBELIAN HIJAU MASYARAKAT MELALUI NORMA, KEYAKINAN DAN PERILAKU YANG DIRASAKAN: SEBUAH TINJAUAN LITERATURE

**Sri Widyastuti**

widyastuti.sri@unipancasila.ac.id.  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pancasila.

## ABSTRAK

Tujuan dari artikel ini adalah membangun paradigma penelitian melalui tinjauan literatur. Selama ini permasalahan lingkungan akibat dari proses produksi, penggunaan produk dan setelah produk tidak lagi digunakan, menjadi pekerjaan rumah dalam menjaga dan memperbaiki kualitas lingkungan. Oleh sebab itu sudah saatnya industri di Indonesia mulai mempertimbangkan untuk memproduksi produk hijau untuk mengurangi permasalahan tersebut. Produk hijau merupakan salah satu upaya yang dapat dilakukan bagi upaya perlindungan dan pengelolaan lingkungan. Oleh karena itu dipandang perlu untuk juga mendorong pembelian hijau masyarakat melalui perilaku yang dibentuk dari norma, keyakinan dan perilaku yang dirasakan, kemudian memberikan insentif kepada bidang usaha yang memproduksi produk hijau. Sehingga dapat menjadi pendorong usaha untuk menghasilkan produk hijau di Indonesia. Ditinjau dari segi kuantitas, unsur konsumen dalam masyarakat dapat mempengaruhi keputusan pembelian suatu produk. Konsumen, produsen dan pemerintah mempunyai peran penting dalam mendorong produk hijau di pasaran. Pada dasarnya kita semua sebagai individu merupakan konsumen, sehingga kita mempunyai kekuatan besar dalam mempengaruhi keberadaan produk hijau di pasaran. Kekuatan konsumen tersebut diharapkan dapat mempengaruhi pasar dengan menjadi penyeleksi terhadap produk di pasaran sehingga nantinya hanya produk hijau yang banyak ditemui di pasaran. Oleh karena itu perlu dilakukan penelitian bagaimana mendorong masyarakat agar mempunyai niat untuk membeli produk hijau.

**Kata kunci:** niat pembelian hijau, norma, keyakinan, perilaku yang dirasakan.

## ABSTRACT

*The purpose of this article is to build a research paradigm through literature review. During this time the environmental problems resulting from the production process, the use of products and after the product is no longer used, become a homework in maintaining and improving the quality of the environment. Therefore it is time for industries in Indonesia to start considering to produce green products to reduce the problem. Green products are one of the efforts that can be done for environmental protection and management efforts. Therefore it is deemed necessary to also encourage the purchase of green society through the behavior formed from norms, beliefs, and perceived behavior, and then provide incentives to the business field that produces green products. So it can be a driving force to produce green products in Indonesia. Judging from quantity aspect, consumer element on the society can influence purchase decision of a product. Consumers, producers, and governments have an important role in encouraging green products on the market. Basically, we all as individuals are consumers, so we have great power in influencing the existence of green products on the market. Consumer power is expected to affect the market by being a selection of products on the market so that later only green products are widely found in the market. Therefore it is necessary to research how to encourage people to have the intention to buy green products.*

**keywords:** *Green purchase intentions, norma, belief, awareness, perceived behavioral*

**PENGARUH *SERVICE QUALITY* DAN *TRUST* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* SERTA DAMPAKNYA TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* PADA PENGGUNA JASA TRANSPORTASI OJEK *ONLINE* DI JAKARTA**

**Laili Savitri, Derriawan dan Siti Hadijah**

Email : laili.savitri@univpancasila.co.id

Fakultas Ekonomi dan Bisnis , Universitas Pancasila , Jakarta

**ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini adalah untuk membuktikan bahwa dengan adanya kualitas pelayanan yang baik maka perusahaan berarti mampu memberikan pelayanan sesuai permintaan konsumen, mendengarkan segala bentuk keluhan konsumen dan memberikan reaksi yang positif terhadap keluhan konsumen sehingga tidak menimbulkan persepsi yang tidak baik atau buruk atas kualitas pelayanan yang diberikan. Jumlah responden dalam penelitian ini 200 orang merupakan masyarakat yang tinggal di Jakarta yang menggunakan jasa transportasi ojek *online*. Penelitian ini menggunakan analisis jalur (*Path Analysis*). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan (*service quality*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (*Customer satisfaction*) , kepercayaan (*Trust*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (*Customer satisfaction*) , kepuasan konsumen (*Customer satisfaction*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas kons *Customer Loyalty*, *Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Loyalty*, dan *Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Loyalty*.

**Kata kunci:** *Service Quality, Trust, Customer Satisfaction* dan *Customer Loyalty*

**ABSTRACT**

The purpose of this study is to prove the existence of good service quality then the company be able to provide services according to consumer demand, listen to all forms of consumer complaints and provide a positive reaction to consumer complaints does not create a bad perception of service quality. A response of 200 responden in this stud are living in Jakarta who use an online motorcycle taxi service. This research uses path analysis (*Path Analysis*). The research finding reveal that service quality has a positive and significant impact on customer satisfaction, Trust has a positive and significant impact on customer satisfaction, Customer satisfaction has a positive and significant impact on Customer Loyalty, Service Quality have positive and significant effect to Customer Loyalty, and Trust have positive and significant effect to Customer Loyalty.

**keywords:** *Service Quality, Trust, Customer Satisfaction and Customer Loyalty*

**KNOWLEDGE AND PRACTICES OF SELLER AND BUYER ON FOOD  
SANITATION AND SAFETY: A PRELIMINARY STUDY**

**M.Y. Dwi Hayu Agustini dan Meniek Sringing Prapti**  
hayu@unika.ac.id; meniek@unika.ac.id  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, UnikaSoegijapranata Semarang

**ABSTRACT**

*Many food sellers and buyers show less concern on food sanitation and safety in selling and buying food. The purpose of this research was to understand if there are gaps between knowledge and practices of sellers and buyers about food sanitation and safety. Questionnaire-based survey was applied in gathering data about their knowledge. Observation and questionnaire were respectively to explore the practices of sellers in selling the food and of buyers in buying food. Descriptive analysis resulted that the sellers and buyers have knowledge on food sanitation and safety. However, not all sellers showed behavior that did not comply with food sanitation and safety standards. The buyers behave in accordance with their knowledge. They considered taste and cleanliness in buying particular food from among available sellers that offer affordable price.*

**keywords:** *Food sanitation, food safety, hygiene, buying behavior*

# **PENGARUH *INTELLECTUAL CAPITAL* DAN *ECONOMIS VALUE ADDED* TERHADAP PROFITABILITAS PERBANKAN DI BURSA EFEK INDONESIA**

**Yanuar Trisnowati dan Ika Nur susilowati**

yanuar.trisnowati@uisi@uisi.ac.id

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Internasional Semen Indonesia

## **ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *intellectual capital* dan *economic value added* terhadap profitabilitas pada 30 perbankan di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2011 sampai 2015. Pengukuran *Intellectual Capital* dalam penelitian ini menggunakan Model Pulic yaitu *Value Added Intellectual Coefficient* (VAIC). Komponen *intellectual capital* terdiri dari *Value Added of Human Capital* (VAHU), *Value Added of Capital Employed* (VACA), dan *Structural Capital Value Added* (STVA). Kinerja profitabilitas diukur dengan *Return on Asset* (ROA). Untuk menguji pengaruh variable dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil analisis regresi adalah terdapat dua komponen *Intellectual Capital* yang berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas (ROA) yaitu *Value Added Capital Employed* (VACA) dan *Value Added Human Capital* (VAHU) Sedangkan, *Structural Capital Value Added* (STVA) tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas (ROA). *Economics Value Added* (EVA) berpengaruh signifikan negatif terhadap profitabilitas (ROA).

**Kata kunci:** *Intellectual Capital, Economic Value Added, Return on Asset*, dan perbankan

## **ABSTRACT**

*The purpose of this research was to analyse the impact of intellectual capital and economic value added to profitability performance at 30 banks in Indonesia Stock Exchange in year 2011 until 2015. The measurement of intellectual capital used Pulic model that was Value Added Intellectual Coefficient (VAIC). The components of intellectual capital were Value Added of Human Capital (VAHU), Value Added of Capital Employed (VACA), and Structural Capital Value Added (STVA). The profitability performance was measured by Return on Assets (ROA). To find the impact of variables in this research used multiple linear regression analysis. The result of regression analysis showed that there were two components which had significant effect to profitability, they were Value Added Capital Employed (VACA) and Value Added Human Capital (VAHU). While, Structural Capital Value Added (STVA) had not significant to profitability and Economics Value Added (EVA) had negative significant effect to profitability (ROA).*

**keywords:** *Intellectual Capital, Economic Value Added, Return on Asset, and bank*

# TINGKAT PEMAHAMAN DAN KEPATUHAN WAJIB PAJAK DALAM PENGHITUNGAN PENYETORAN DAN PELAPORAN PAJAK

**Astuti Yuli Setyani**

Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana

## ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui apakah wajib pajak paham dan mematuhi dalam memenuhi perpajakannya. Skala Likert digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur tingkat pemahaman serta pengetahuan wajib pajak mengenai kewajiban perpajakan yang harus dipenuhi oleh Wajib Pajak dan menggunakan Chi Square. Hasil yang diperoleh disimpulkan bahwa Tingkat pemahaman dan kepatuhan wajib pajak tinggi, Patuh perhitungan signifikan dengan paham setor, patuh setor dan patuh lapor. Paham setor signifikan dengan paham perhitungan paham lapor dan patuh lapor. Paham lapor signifikan dengan paham setor. Patuh setor signifikan dengan paham perhitungan, paham setor dan patuh lapor. Patuh lapor signifikan dengan paham perhitungan, paham setor dan patuh setor.

**Kata Kunci:** SPT, Skala Likert, Wajib Pajak Orang Pribadi, Dasar Pemungutan Pajak

## ABSTRACT

*The purpose of this research is to know whether the taxpayer understands and obeys in fulfilling his taxation. Likert scale used in this study to measure the level of understanding and knowledge of taxpayers about the tax obligations that must be met by the Taxpayer and using Chi Square. The results obtained concluded that the level of understanding and compliance of taxpayers high, Adhere to significant calculations with the notion of deposit, obedient deposit and obedient report. Understand the deposit significant with the understanding of the calculation of report and report submission. Understand the report to be significant with the notion of deposit. Comply with significant deposits with understand the calculation, understand the deposit and obedient report. Comply report with significant understanding of calculation, understand the deposit and obedient deposit.*

**keywords:** SPT, Likert Scale, Individual Taxpayer, Tax Collection Basis

## KINERJA BISNIS INDUSTRI KECIL MENENGAH DI KABUPATEN BOJONEGORO

Nur Laily dan Dewi Urip

lailie1214@gmail.com

dewiurip@yahoo.co.id

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

### ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap orientasi pasar dan kinerja bisnis IKM di Bojonegoro, serta pengaruh tidak langsung orientasi kewirausahaan terhadap kinerja bisnis dengan melalui mediator orientasi pasar. Penelitian ini menggunakan desain riset analisis deskriptif dan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah Industri Kecil Menengah (IKM) di Bojonegoro, teknik pengambilan sample menggunakan teknik *non probability sampling* yaitu sampel ditentukan berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Jumlah sampel yang sesuai dengan kriteria penelitian adalah 100 responden. Teknik pengambilan data dengan menggunakan kuesioner dan wawancara. Data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan *Partial Least Square (PLS)* yang merupakan model persamaan *Structural Equation Modeling (SEM)* yang berbasis komponen atau varian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) Orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap orientasi pasar 2) orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap dan kinerja bisnis. 3) Orientasi Pasar berpengaruh terhadap Kinerja bisnis IKM. 4) Orientasi kewirausahaan berpengaruh tidak langsung terhadap kinerja bisnis dengan melalui mediasi orientasi pasar, tidak diterima

**Kata kunci** : Orientasi kewirausahaan, Orientasi pasar , Kinerja Bisnis

### ABSTRACT

*The purpose of this research is to determine the effect of entrepreneurship orientation on market orientation and business performance of SMIs in Bojonegoro, as well as the indirect influence of entrepreneurship orientation on business performance through the mediator of market orientation. The population in this research is all Small and Medium Industries (SMIs) in Bojonegoro , the sample collection technique has been carried out by using non-probability sampling in which samples are determined based on certain criteria in accordance with the research purpose. The sample collection technique has been carried out by using non-probability sampling in which samples are determined based on certain criteria in accordance with the research purpose. The numbers of samples which meet with the research criteria are 100 respondents. The Data collection techniques has been done by issuing questionnaires and conducting interviews. The obtained data are analyzed by using Partial Least Square (PLS) which is the equationmodel of Structural Equation Modeling (SEM) which is based on components or variants. The results of the research shows that 1) Entrepreneurial orientation give influence to market orientation 2) Entrepreneurial orientation give influence to business performance.3) Market Orientation give influence to SMIs business performance.4) The entrepreneurship orientation gives indirect influence to business performance through mediation of market orientation is not proven*

**keywords:** *Orientation of entrepreneurship, Market orientation, Business Performance*



# **PENGARUH VARIETY SEEKING , PRODUCT KNOWLEDGE DAN SATISFACTION TERHADAP BRAND SWITCHING KONSUMEN COFFEE SHOP DI YOGYAKARTA**

**Lukas Surya Wijaya dan Purwani Retno Andalas**

lukaswijaya17@gmail.com

retnoandalas@gmail.com

Fakultas Bisnis - Universitas Kristen Duta Wacana - Yogyakarta

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan menguji pengaruh variabel *variety seeking* (Pencarian Variasi), *product knowledge* (pengetahuan produk), dan *satisfaction* (kepuasan) terhadap perilaku konsumen untuk melakukan *brand switching* dari *coffee shop* dengan *brand* internasional ke *brand* lokal, studi kasus pada konsumen *coffee shop* di Daerah Istimewa Yogyakarta. Metode pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden yang pernah melakukan *brand switching* merek *coffee shop* di Daerah Istimewa Yogyakarta dengan menggunakan teknik *convenience sampling*. Hipotesis dalam penelitian ini yaitu, *variety seeking*, *product knowledge* dan *satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap perilaku *brand switching* konsumen. Analisis data menggunakan uji t dengan model statistik regresi linear berganda. Hasil analisis data menunjukkan variabel bebas yaitu *variety seeking* dan *product knowledge* secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan *brand switching*. Sedangkan variabel *satisfaction* tidak berpengaruh terhadap perilaku *brand switching* konsumen *coffee shop*. Angka  $R^2$  sebesar 0.431 (43,1%), hal ini berarti 43,1% keputusan *brand switching* konsumen dari *coffee shop brand* internasional ke *coffee shop brand* lokal dapat dijelaskan oleh variabel *variety seeking* dan *product knowledge*. Sedangkan sisanya 56,9 % dipengaruhi oleh variabel bebas lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata Kunci:** *Product knowledge, satisfaction, variety seeking dan brand switching*

## **ABSTRACT**

*The purpose of this research is to explain the effect of variety seeking, product knowledge and satisfaction toward customer brand switching behavior from international brand coffee shop to local brand coffee shop in Special Region Of Yogyakarta. Data collection was done by distributing questionnaires to 100 respondents who did brand switching using nonprobability sampling method and convenience technique. The hypotheses in this research is that variables variety seeking, product knowledge and satisfaction have significant effect toward customer brand switching behavior from international brand coffee shop to local brand coffee shop. The data were analyzed by using the multiple linear regression analysis. The results of the data analysis showed that the independent variables variety seeking and product knowledge has partially significant effect toward customer brand switching behavior, but satisfaction variable has no significant effect toward the behavior. The coefficient of determination ( $R^2$ ) is equal to 0,431 which means that independent variables ( variety seeking, product knowledge and satisfaction ) can explain the behavior of dependent variable that is brands switching as much as 43,1% and the rest 56,9% is explained by other variables which are not analyzed in this research.*

**keywords:** *variety seeking, product knowledge, satisfaction, and brand switching.*

## ANALISIS PERBANDINGAN KINERJA BANK SYARIAH DI INDONESIA DAN MALAYSIA

Muhammad Randhy Kurniawan

mrandyk87@gmail.com

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Alma Ata Yogyakarta

### ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini untuk membandingkan kinerja keuangan antara bank syariah di Indonesia dan Malaysia dan menguji pengaruh faktor-faktor risiko likuiditas, solvabilitas, permodalan, dan efisiensi terhadap kinerja yang diukur dengan ROE. Periode yang digunakan dalam penelitian ini Desember 2010 sampai dengan Desember 2014. Data yang digunakan diperoleh dari Laporan Keuangan Tahunan yang dipublikasikan pada *website* Bank Indonesia untuk bank syariah di Indonesia dan Bank Negara Malaysia untuk bank syariah di Malaysia. Sampel yang digunakan sebanyak 15 bank syariah di Indonesia dan Malaysia yang diperoleh melalui *purposive sampling*. Untuk membandingkan kinerja keuangan antara bank syariah di Indonesia dan Malaysia dilakukan uji beda *Independent sample t-test* (parametrik) dan *Mann Whitney* (non-parametrik). Dari hasil uji tersebut, terdapat perbedaan kinerja keuangan antara bank syariah di Indonesia dan Malaysia. Hasil penelitian selanjutnya, menguji pengaruh faktor-faktor risiko likuiditas, solvabilitas, permodalan, dan efisiensi terhadap kinerja (ROE), terlebih dahulu ditentukan metode estimasi (*Pooled OLS, Fixed Effect, dan Random Effect*) mana yang lebih baik untuk model regresi yang akan digunakan dengan uji *Chow Test*, uji *Hausman Test*, dan uji *Langrange Multiplier*. Hasilnya menunjukkan bahwa faktor risiko likuiditas dan faktor permodalan berpengaruh signifikan terhadap kinerja pada bank syariah di Indonesia. Sedangkan pada bank syariah di Malaysia faktor risiko likuiditas, permodalan, solvabilitas, dan efisiensi berpengaruh signifikan terhadap kinerja.

**Kata kunci:** rasio keuangan, kinerja, bank syariah, Indonesia, Malaysia

### ABSTRACT

*The purpose of this research is to compare the financial performance between Islamic banks in Indonesia and Malaysia and to test the influence of the factors of liquidity risk, coverage, capital adequacy, and efficiency on performance as measured by ROE. The data for this research are from the period of December 2010 to December 2014. Data are obtained from the annual report published on the website of Bank Indonesia for Islamic banks in Indonesia and Bank Negara Malaysia for Islamic banks in Malaysia. As many as 15 Islamic banks in Indonesia and Malaysia are used as the sample of this research and are obtained through purposive sampling. To compare the financial performance between Islamic banks in Indonesia and Malaysia author conducted a test of Independent sample t-test (parametric) and Mann and Whitney test (non-parametric). From the test results, there is a difference between the financial performance of Islamic banks in Indonesia and Malaysia. The second assessment is to test the factors of liquidity risk, coverage, capital adequacy, and efficiency on performance (ROE). Author first determined the method of estimation (Pooled OLS, Fixed effects, and Random Effect) to choose which regression model will be better to be used with the Chow test, Hausman test, and Language Multiplier test. The results show that the factors of liquidity risk and capital adequacy significantly affect performance on Islamic banks in Indonesia. While in Islamic banks in Malaysia the factors of liquidity risk, capital adequacy, coverage, and efficiency have significant effect on performance.*

**keywords:** Financial ratios, Islamic banks, Indonesia, Malaysia, Performance

**ANALISIS KEBUTUHAN DIKLAT  
MITIGASI BENCANA GEOLOGI BERBASIS MASYARAKAT  
DI KECAMATAN MAJALAYA DAN BALEENDAH**

**Suryo Hespianoro, Timtim Tauhidin, D. Lumban Raja, dan Asep Rohman**  
surjo07@yahoo.com; tim2tauhid@yahoo.com; denny.lumbanraja@esdm.go.id  
rohman\_0604@yahoo.com;  
Badan Pengembangan Sumber Daya Manusia ESDM-KESDM

**ABSTRAK**

Perencanaan suatu pendidikan dan pelatihan harus didasarkan pada analisis kebutuhan yaitu untuk mengidentifikasi kesenjangan antara kompetensi yang diharapkan dengan kompetensi yang dimiliki agar pendidikan dan pelatihan yang diselenggarakan dapat memberikan manfaat yang baik kepada para peserta untuk menunjang pelaksanaan pekerjaannya. Badan Pengembangan Sumber Daya Manusia ESDM yang dahulu mendidik dan melatih para aparatur pemerintah pusat dan daerah, kini juga dituntut untuk menyentuh masyarakat sebagai sasaran peserta. Pada penelitian ini menyasar masyarakat luas yang cakupannya dispesifikan pada komunitas yang bergerak dalam penanggulangan bencana di Kabupaten Bandung. Analisis kebutuhan dilakukan pada tiga tingkatan yaitu Sektor Energi Sumber Daya Mineral, Profil Daerah Berpotensi Bencana, dan Profil Masyarakat di Daerah Rawan Bencana dengan menggunakan metode wawancara, studi dokumenter, dan observasi. Hasil analisis kebutuhan pada penelitian ini memberikan rekomendasi terhadap kurikulum diklat mitigasi bencana gerakan tanah yang telah disusun sebelumnya, sehingga perlu dilakukan pemutakhiran/peninjauan ulang kurikulum untuk meningkatkan efektifitas program diklat dalam meningkatkan kompetensi peserta khususnya masyarakat.

**Kata kunci:** analisis kebutuhan diklat, kurikulum diklat mitigasi bencana gerakan tanah

# **PENGARUH AVAILABILITY BIAS, LOSS AVERSION BIAS, DAN REPRESENTATIVENESS BIAS TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN INVESTASI**

**Siska Komala Dewi dan Kartini**

siska.mala91@gmail.com

kartiniafif1@gmail.com

Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *availability bias*, *loss aversion bias*, dan *representativeness bias* terhadap pengambilan keputusan investasi. Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer. Sampelnya adalah investor yang ada di Yogyakarta. Sebanyak 140 kuesioner disebar dan hanya 125 kuesioner yang dapat digunakan. Data diolah menggunakan SPSS dengan alat ukur yaitu analisis regresi berganda. Berdasarkan hasil analisis regresi berganda, penelitian ini menunjukkan hasil bahwa hanya *loss aversion bias* dan *representativeness bias* yang berpengaruh positif signifikan terhadap pengambilan keputusan investasi, sedangkan *availability bias* tidak berpengaruh.

**Kata Kunci:** *Availability Bias, Loss Aversion Bias, Representativeness Bias, Pengambilan Keputusan Investasi*

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine the effect of availability bias, loss aversion bias, and representativeness bias against the investment decision making. The source of the data in this research is the primary data. Samples in this research are investors in Yogyakarta. As much as 140 questionnaires distributed and just 125 questionnaires that can be used. The data were processed using SPSS with multiple regression analysis as the statistical tests. Based on the results that multiple regression analysis, the research shows that just loss aversion bias and representativeness bias that affects positive significant against the investment decision making, while the availability bias is not influenced.*

**keywords:** *Availability Bias, Loss Aversion Bias, Representativeness Bias, Investment Decision Making*

# **PENGARUH KUALITAS KEHIDUPAN KERJA TERHADAP KINERJA DENGAN KOMITMEN DAN KEPUASAAN KERJA SEBAGAI *INTERVENING***

**Armayadi dan Suhartini**

suhartini@uii.ac.id

Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas kehidupan kerja terhadap kinerja dengan komitmen dan kepuasan kerja sebagai variabel *intervening*. Responden dalam penelitian ini berjumlah 100 orang karyawan PT Wana Sawit Subur Lestari, Kalimantan Tengah. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dan analisis jalur sebagai alat analisis datanya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) kualitas kehidupan kerja berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap komitmen, kepuasan kerja, dan kinerja secara parsial, (2) komitmen dan kepuasan kerja berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja secara parsial, (3) kualitas kehidupan kerja berpengaruh substansial secara langsung terhadap kinerja, dan (4) kualitas kehidupan kerja berpengaruh substansial tidak langsung terhadap kinerja melalui kepuasan kerja. Hasil penelitian ini akan menambah pemahaman bahwa salah satu cara untuk meningkatkan komitmen dan kepuasan kerja adalah dengan meningkatkan kualitas kehidupan kerja karyawan. Pada akhirnya, karyawan akan termotivasi untuk berkinerja dan mendukung pencapaian tujuan organisasi

**Kata Kunci:** Kualitas Kehidupan Kerja, Komitmen, Kepuasan Kerja, Kinerja

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine the impact of quality of work life on performance with commitment and job satisfaction as the intervening variables. The respondent of this research were 100 employees of PT. Wana Sawit Subur Lestari, Central Kalimantan. Data collection methods use a questionnaire and path analysis is used to analyze the data. Results of this study indicate that (1) quality of working life positively and significantly influence commitment, job satisfaction, and performance partially, (2) commitment and job satisfaction positively and significantly influence performance partially, (3) direct substansial influence of quality of work life on performance, and (4) indirect substansial influence of quality of work life on performance toward job satisfaction. Result of this study will add to the understanding that one sure way to enhance commitment and satisfaction of employees is by improving their quality of work life. Consequently, employees will be motivated to achieve performance and the organizational goals.*

**keywords :** *quality of work life, commitment, job satisfaction, and performance*

## STUDI EKSPERIMEN DAMPAK KONFIGURASI KEADILAN DISTRIBUTIF DAN INTERAKSIONAL PADA PERILAKU RETALIASI GENERASI MILLENNIALS

Majang Palupi dan Heru Kurnianto Tjahjono,

majang\_palupi@uii.ac.id herukurnianto@umy.ac.id

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Indonesia, Universitas

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

### ABSTRAK

Studi-studi terkait perlakuan yang adil di dalam organisasi dan dampaknya pada sisi disfungsional di dalam organisasi relatif jarang dilakukan, terlebih melihat dampak spesifik pola konfigurasi keadilan organisasional pada perilaku retaliasi. Tujuan penelitian ini adalah menguji secara spesifik konfigurasi keadilan distributif (KD) dan keadilan interaksional (KI) dalam berbagai situasi dan dampaknya pada perilaku retaliasi. Studi menggunakan generasi *millennials* sebagai subjek untuk mendapatkan pemahaman mengenai kecenderungan sikap dan perilaku generasi tersebut dalam merespon keadilan secara distributif dan interaksional. Studi eksperimen dilakukan untuk memperoleh situasi artifisial dalam empat situasi keadilan yaitu KD tinggi - KI tinggi, KD tinggi - KI rendah, KD rendah - KI tinggi dan KD rendah - KI rendah. Hasil menunjukkan bahwa interaksi keadilan distributif dan keadilan interaksional berdampak secara berbeda pada perilaku retaliasi, dan generasi *millennials* mempunyai kecenderungan untuk lebih peduli pada kesejahteraan dibandingkan aspek interaksional.

**Kata kunci :** keadilan distributif, keadilan interaksional, perilaku retaliasi, generasi *millennials*

### ABSTRACT

*Studies related to fair treatment within the organization and its impact on the dysfunctional side within the organization are relatively rare, especially in view of the specific impact of patterns of organizational justice configuration on retaliation behavior. The purpose of this study is to examine specifically the configuration of distributive justice (DJ) and interactional justice (IJ) in various situations and their impact on retaliation behavior. The study uses millennial generation as subject of this study to gain an understanding of the trend of attitudes and behaviors of such generations in responding to distributive and interactional justices. This experimental study was conducted to obtain an artificial situation in four situations of justice ie high DJ - high IJ, high DJ- low IJ, low DJ - high IJ and low DJ - low IJ. The results show that interaction of distributive justice and interactional justice impacts differently on retaliation behavior, and millennials generation has a tendency to be more concerned with their well-being than interactional aspects.*

**keywords :** *distributive justice, interactional justice, retaliation behavior, millennials generation*

## **REKRUITMEN ANGGOTA BARU PEMANDU WISATA DI PAGUYUBAN PEMANDU PERJALANAN WISATA (PAPTA) DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA MELALUI PENDIDIKAN DAN PELATIHAN KEPEMANDUAN WISATA**

**Ema Rahmawati**

demajalanwisata@gmail.com

Fakultas Pariwisata, Universitas Stikubank (UNISBANK) Semarang

Jl. Kendeng V Bendan Ngisor, Semarang Telp. 024 8414970

### **ABSTRAK**

Pemandu wisata merupakan seseorang yang berperan penting dalam kegiatan perjalanan wisata. Kebutuhan akan pemandu wisata sudah semakin banyak, tetapi menilai dari jumlah pemandu wisata yang ada ternyata masih saja belum dapat memenuhi permintaan dari konsumen (wisatawan maupun biro perjalanan serta agen wisata) yang membutuhkan jasa pemandu wisata. Paguyuban Pemandu Perjalanan Wisata (PAPTA) Daerah Istimewa Yogyakarta menjawab tantangan akan kebutuhan pemandu wisata tersebut salah satunya dengan mengadakan rekrutmen anggota baru dengan melalui sistem pendidikan dan pelatihan kepemanduan wisata. Proses rekrutmen ini melalui beberapa tahapan dari mulai persiapan, pendaftaran, seleksi calon peserta hingga pelaksanaan pendidikan dan pelatihan. Proses rekrutmen dari awal persiapan hingga pelaksanaan pendidikan dan pelatihan memakan waktu 3 minggu dengan 18 hari efektif. Program pendidikan dan pelatihan ini melibatkan narasumber yang berkompeten di bidangnya baik dari pemerintahan, akademisi, profesional maupun praktisi pariwisata. Materi yang diberikan selama pendidikan dan pelatihan adalah materi-materi yang dibutuhkan oleh calon-calon pemandu wisata dan dapat menunjang profesinya. Program pendidikan dan pelatihan sendiri dilaksanakan selama 6 hari dengan sistem pemberian teori di kelas, simulasi serta praktik lapangan. Dari 50 peserta yang lolos seleksi serta 34 peserta yang mendaftar ulang, hanya 32 peserta yang mengikuti program pendidikan dan pelatihan hingga selesai yang kemudian secara otomatis menjadi anggota baru Paguyuban Pemandu Perjalanan Wisata (PAPTA) Daerah Istimewa Yogyakarta. Selanjutnya setelah proses rekrutmen melalui pendidikan dan pelatihan tersebut selesai, para peserta secara otomatis menjadi anggota baru dari Paguyuban Pemandu Perjalanan Wisata (PAPTA) Daerah Istimewa Yogyakarta yang selanjutnya diarahkan untuk dapat disalurkan kepada para rekanan agar dapat mengaplikasikan keilmuan yang telah diperolehnya selama pendidikan dan pelatihan. Pengaplikasian ilmu tersebut dapat melalui kegiatan magang, *escort* ataupun praktik langsung memandu bagi yang telah berpengalaman sebagai pemandu wisata. Dengan adanya rekrutmen anggota Paguyuban Pemandu Perjalanan Wisata (PAPTA) Daerah Istimewa Yogyakarta melalui program pendidikan dan pelatihan kepemanduan wisata diharapkan dapat berkontribusi menjawab tantangan pasar akan kebutuhan pemandu wisata dengan menambah jumlah pemandu wisata yang tidak hanya secara kuantitas tetapi pemandu wisata yang berkualitas karena mereka dibekali dengan segudang kompetensi keahlian serta ilmu dan keterampilan pendukung.

**Kata Kunci:** Pendidikan dan Pelatihan, Pemandu Wisata, PAPTA DIY

## ANALISIS *BID ASK SPREAD* PADA SAHAM ILQ 45 DI BURSA EFEK INDONESIA

Elok Sri Utami, Tatang Ari Gumanti, dan Mohammad Bahrul Amik  
eloksutami@gmail.com  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universtas Jember

### ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini untuk menguji dan menganalisis kembali faktor fundamental melalui analisis informasi keuangan dalam memprediksi risiko yang diproksikan dengan *bid ask spread*, pada saham yang tergolong dalam ILQ'45 secara berturut-turut periode tahun 2014-2015. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dan merupakan *explanatory research*. Teknik pengambilan sampel dengan *purposive sampling*. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dan prosedur pengujian hipotesis (*hypothesis testing*) untuk mengetahui pengaruh hubungan variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil penelitian menunjukkan variabel *current ratio* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *bid ask spread*. Variabel *market to book value* memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *bid ask spread*. Variabel *return on total assets* memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap *bid ask spread*. Variabel *price to earnings ratio* memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *bid ask spread*.

**Kata Kunci:** *bid ask spread, rasio keuangan dan Saham LQ'45*

### ABSTRACT

*The purpose of this research is to examine and re-analyze the fundamental factors through analysis of financial information in predicting the risk which proxied by bid ask spread, the stock which belongs to the ILQ'45 repeatedly 2014-2015 year period. The financial ratios used in this research are the current ratio, market to book value, return on total assets, and price to earnings ratio. This research is a quantitative and an explanatory research. The sampling technique is purposive sampling with the analytical method used in this research is multiple linear regression.. The result showed current ratio variable which had a positive and significant effect to bid ask spread. The variable of Market to book value had a positive effect and not significant to the bid ask spread. The variable of Return on total assets had a negative and significant effect on the bid ask spread. The variable of Price to earnings ratio had a positive effect and not significant to the bid ask spread.*

**keywords:** *bid ask spread, financial ratio and ILQ'45 Stocks*



**PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
J.CO DONUTS & COFFEE CABANG MARGO CITY DI KOTA DEPOK**

**Febri Damayanti dan Supriadi Thalib**  
Supriadi\_thalib@yahoo.com  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pancasila

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara simultan dan parsial ekuitas merek yang terdiri dari; kesadaran merek, asosiasi merek, persepsi kualitas, dan loyalitas merek terhadap keputusan pembelian konsumen. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan J.CO Donuts & Coffee, sedangkan sampelnya 100 responden dengan menggunakan teknik *non probability sampling*. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Teknik analisis menggunakan regresi linear berganda, mengingat model tersusun atas sejumlah hubungan kausal antar variabel. Hasil penelitian menunjukkan secara simultan dan parsial kesadaran merek, asosiasi merek, persepsi kualitas, dan loyalitas merek, berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Disarankan agar, asosiasi merek, persepsi kualitas, dan loyalitas merek perlu ditingkatkan mengingat koefisien regresinya masih rendah.

**Kata Kunci** : Kesadaran merek, asosiasi merek, persepsi merek, loyalitas merek, keputusan pembelian

**ABSTRACT**

*This study aimed to determine the effect of simultaneously and partially comprised of brand equity; brand awareness, brand associations, perceived quality, and brand loyalty on consumer purchasing decisions. The population in this study is the customer J.Co donuts&coffee the margocity, while the sample is 100 responden to use a technique for the non probability sampling. This type of data used is the primary use of methods from the list of questioner question. Techniques using multiple linear regression analysis, since the model is composed of a number of causal relationships among latent variables. Results showed partial simultaneously and brand awareness, brand associations, perceived quality, brand loyalty and positive and significant impact on consumer purchasing decisions. should increase, brand associations, perceived quality, and brand loyalty for its customers, given the regression coefficient is low.*

**keywords** : Brand awarness, brand asosiation, perception quality, brand loyalty, purchasedecision.

## ***A STUDY ON MEASURING THE EMOTIONAL INTELLIGENCE AMONG THE HEAD OF ADMINISTRATION STAFF IN FLORES UNIVERSITY***

**M. Helena Carolinda Dua Mea**  
helenaduamea@live.com  
Fakultas Ekonomi, Universitas Flores

### **ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengukur tingkat kecerdasan emosional yang dimiliki oleh Kepala Administrasi/Kepala Tata Usaha dari Fakultas dan Program Studi di Universitas Flores. Ada 5 (lima) dimensi dari kecerdasan emosional yang diukur yaitu: kesadaran sosial, pengaturan diri, motivasi diri, empati, dan keterampilan sosial. Setelah itu, diadakan perhitungan Index Kecerdasan Emosional. Hasil studi menunjukkan bahwa dari semua lima dimensi kecerdasan, dimensi keterampilan sosial yang memiliki skor tertinggi, sedangkan 4 (empat) dimensi lainnya memiliki skor rata-rata. Dari hasil perhitungan Index Kecerdasan Emosional, ditemukan bahwa para responden memiliki indeks Kecerdasan Emosional yang baik. Walaupun dominan responden berada pada level indeks 41 sampai 60 tetapi dapat disimpulkan bahwa tingkat kecerdasan emosional responden cukup memadai. Perlu dipertimbangkan untuk meningkatkan Indeks Kecerdasan Emosional dengan pelatihan-pelatihan yang terprogram dan berkelanjutan.

**Kata kunci:** kecerdasan emosional, indeks kecerdasan emosional, karyawan, universitas

### **ABSTRACT**

*The purpose of this study is to measure the level of Emotional Intelligence among the Head of Administration of the Faculties and Departments at the Flores University. There are 5 (five) dimensions of emotional intelligence measured: social awareness, self-regulation, self-motivation, empathy, and social skills. After that, the Emotional Intelligence Index is calculated. The results show that of all five dimensions of Emotional Intelligence, the social skill dimension has the highest score, while the other 4 (four) dimensions have average scores. From the calculation of the Emotional Intelligence Index, it was found that the respondents had a good index of Emotional Intelligence. Although the dominant respondents are at the index level of 41 to 60 but it can be concluded that the level of Emotional Intelligence of respondents is sufficient. Consideration should be taken to improve the Emotional Intelligence Index with programmed and ongoing training.*

**keywords:** *emotional intelligence, index of emotional intelligence, employees, universities*

## **ANALISIS *HOME SELECTION BIAS*, *CONFIRMATION BIAS* DAN *HERDING* : STUDI KASUS PADA INVESTOR PROPERTI DI YOGYAKARTA**

**Prita Damayanti Nugroho<sup>1)</sup> dan Zaenal Arifin<sup>2)</sup>**

<sup>1)</sup>pritamayanti@gmail.com; <sup>2)</sup>zaenalarifin.fe@uii.ac.id

Program Studi Manajemen, Universitas Islam Indonesia Yogyakarta

### **ABSTRAK**

Sektor properti berkembang cukup pesat di Yogyakarta pada beberapa tahun terakhir. Selain sebagai kota pelajar, Yogyakarta juga dianggap sebagai tempat tinggal yang nyaman untuk masa pensiun. Ini mendorong tumbuh pesatnya sektor properti di Yogyakarta. Investor sangat berminat menanamkan uangnya di bisnis properti di Yogyakarta karena permintaan properti tidak hanya datang dari penduduk Yogyakarta namun juga dari luar Yogyakarta. Penduduk Yogyakarta sendiri cukup banyak yang berinvestasi di sektor properti.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terjadi *confirmation bias*, *home selection bias*, dan *herding* pada investor properti di Yogyakarta. *Confirmation bias* adalah perilaku investor yang hanya mau mendengar informasi yang ingin dia dengar. *Home selection bias* adalah perilaku investor yang cenderung hanya memilih berinvestasi di daerah dimana dia tinggal dengan alasan yang kurang rasional. Sementara *herding* adalah perilaku investor yang suka ikut-ikutan investor lain tanpa ada pertimbangan yang matang. Responden penelitian ini adalah 96 investor properti di Yogyakarta. Dengan menggunakan uji single proportion z test, penelitian ini menemukan adanya *confirmation bias* dan *home selection bias*, tetapi tidak menemukan adanya perilaku *herding*. Penelitian ini diharapkan memperkaya penelitian di bidang *behavioral finance* diluar kasus pasar modal.

**Kata kunci:** Investor Sektor Properti, *Confirmation Bias*, *Home Selection Bias*, *Herding*

### **ABSTRACT**

*The property sector is growing very rapidly in Yogyakarta in recent years. In addition to the education city, Yogyakarta is also considered to be a comfortable place to enjoy periods of retirement. This has encouraged the rapidly growing property sector in Yogyakarta. Investors are keen to invest their money in the property business in Yogyakarta because the demand for property is not only coming from the residents of Yogyakarta, but also from outside Yogyakarta. Yogyakarta residents themselves are also many who are interested in becoming a property investor. The purpose of this study was to determine if there is confirmation bias, home selection bias, and herding on property investors in Yogyakarta. Confirmation bias is a investor behavior that just want to hear the information he wants to hear. Home selection bias is a bias that makes an individual to have a tendency to choose the domestic market, the market that close to where he lived, for reasons that are difficult to explain rationally. While herding is an act imitate investment decisions of others without meaningfull judgment. The respondents of this study consisted of 96 investors in property in Yogyakarta. The data were processed using a single proportion z test. The results showed that there is a home selection bias and a confirmation bias, but it is not found the herding behavior of investors in property in Yogyakarta. This research has enriched the study of behavioral finance for the case not in the capital market.*

**keywords:** *Property Sector Investors, Confirmation Bias, Home Selection Bias, Herding*

## MANAJEMEN TRACER STUDY DI PERGURUAN TINGGI

Yolla Margaretha

yollamargaretha520182@gmail.com

Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen, Universitas Kristen Maranatha

### ABSTRAK

*Tracer study* atau yang disebut juga *graduate surveys* hadir untuk menjembatani alumni, dunia pendidikan, dunia industri dan juga pemerintah. Perguruan Tinggi dalam hal ini berperan aktif sebagai penyedia lulusan yang menyiapkan lulusan sesuai dengan kebutuhan dunia industri dan bisnis. Namun seringkali ditemukan adanya *gap* antara spesifikasi lulusan yang belum sepenuhnya memenuhi standar dari dunia industri dan bisnis. Oleh sebab itu rekam jejak alumni melalui *tracer study* dapat menjadi dasar untuk perbaikan kurikulum, evaluasi diri dan kualitas Perguruan Tinggi. Selama ini *tracer study* belum sepenuhnya mendapatkan perhatian optimal dari Perguruan Tinggi dikarenakan dianggap hanya sebagai salah satu komponen borang akreditasi yang dipersyaratkan oleh Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi (BAN-PT) saja, padahal *tracer study* adalah bagian krusial yang sarat informasi dan sangat bermanfaat untuk semua pihak terutama sebagai landasan pengambilan kebijakan dan pengembangan dunia pendidikan. Peran pemerintah terhadap hal tersebut sangat nyata melalui Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan melaksanakan program nasional berupa pelatihan *tracer study* dan pemberian Hibah PKTS (Hibah Pusat Karir dan Tracer Study). Setiap Perguruan Tinggi diharapkan memiliki manajemen *tracer study* yang disertai metodologi, karakteristik dan pelaksanaan yang tepat sasaran dan komprehensif sehingga masing-masing Perguruan Tinggi bisa saling berkolaborasi untuk memberikan hasil yang menyeluruh sehingga berdaya guna untuk mendukung kompilasi data *tracer study* nasional.

**Kata kunci:** *Tracer Study*, Manajemen *tracer study*, Perguruan Tinggi.

### ABSTRACT

*Tracer study or graduate surveys exist to bridge alumni, education, industry and government. Universities in this an active role as a provider of graduates who prepare graduates in accordance with the needs of industry and business. But there is often a gap between the specifications of graduates who have not fully met the standards of the industry and business. Therefore, alumni track record through tracer study can be the basis for the improvement of curriculum and the quality of higher education. During this tracer study has not fully gained the optimum attention from universities because it is considered only as one component of accreditation form required by the National Accreditation Agency only, whereas tracer study is a crucial part that is full of information and very useful for all stakeholders, especially as the foundation of policy making and Development of education world. The role of the government towards it is very real through the Ministry of Education and Culture implementing a national program of training tracer study and grant PKTS (Career Center and Tracer Study). Each university is expected to have a tracer study management accompanied by methodologies, characteristics and implementation of the right responden and comprehensive so that each university can collaborate to each other to provide comprehensive results so efficient to support compilation database of national tracer study.*

**keywords:** *Tracer Study*, Management of *tracer study*, University.

## MEMBANGUN DAYA SAING USAHA KECIL DAN MENENGAH (UKM) MELALUI PENCIPTAAN *EMPLOYEE ENGAGEMENT*

**Siti Nurhayati**

Email : nurhayati.ms99@gmail.com

Universitas Pekalongan

### ABSTRAK

Artikel ini merupakan gagasan pemikiran dari penulis yang bertujuan untuk memberikan kontribusi bagi pengembangan usaha kecil dan menengah (UKM) di Indonesia agar bisa memiliki daya saing melalui penciptaan *employee engagement*. Pemikiran ini dilandasi oleh keterbatasan yang biasanya ada pada UKM di mana kebanyakan UKM hanya mengandalkan kemampuan pribadi atau sumber daya manusia (SDM) dalam melakukan aktivitas usahanya. Daya saing hanya bisa dimiliki oleh pelaku usaha yang memiliki berbagai kekuatan. Oleh karena kekuatan satu-satunya yang dimiliki kebanyakan UKM adalah SDM, maka dari sinilah daya saing bisa dikembangkan. Caranya adalah pelaku UKM harus selalu meningkatkan kualitas kemampuan SDM nya secara terus menerus dan memperkuat komitmen mereka terhadap perusahaan. Komitmen yang tinggi disertai dengan keinginan untuk selalu bekerja secara maksimal untuk kepentingan perusahaan menjadikan SDM pelaku UKM *engaged* dan merasa memiliki, sehingga dengan adanya *employee engagement* dengan sendirinya akan terbentuk daya saing yang kuat.

**Kata Kunci** : daya saing, usaha kecil dan menengah, *employee engagement*.

### ABSTRACT

*This article is an idea of the author who aims to contribute to the development of small and medium enterprises (SMEs) in Indonesia in order to have competitiveness through the creation of employee engagement. This thinking is based on the limitations that usually exist in SMEs where most SMEs only prioritize personal ability or human resources (HR) in conducting business activities. Competitiveness can only be owned by business actors who have various strengths. Since the only strength that most SMEs have is human resources, it is where competitiveness can be developed. The trick is that SMEs should always improve the quality of their human resources continuously and strengthen their commitment to the company. High commitment is accompanied by the desire to always work optimally for the interests of the company to make the human resources of SMEs engaged and feel owned, so that with the employee engagement by itself will form a strong competitiveness*

**keywords** : *competitiveness, small and medium enterprises (SME), employee engagement*

## **MENGAPA PERUSAHAAN KELUARGA GAGAL?**

**Achmad Sobirin dan Andiana Rosid**

achmad.sobirin@uii.ac.id

Director, Indonesian Institute of Family Firm,  
Department of Management University Islam Indonesia  
Ring Road Utara, Condong Catur, Sleman,  
Jogjakarta Indonesia Tel (+62) 274 881546  
rasydande@gmail.com

Researcher, Indonesian Institute of Family Firm,  
Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Metro  
Jl. Ki Hajar Dewantara No.116 Iring Mulyo Metro Timur  
Lampung, Indonesia. Tel (+62) 725-42445/4254

### **ABSTRAK**

Paper ini mencoba menggali salah satu isu sensitif pada kajian perusahaan keluarga yaitu kegagalan perusahaan keluarga. Sebagaimana diketahui bahwa penelitian tentang mengapa perusahaan keluarga gagal masih sangat sedikit. Penelitian sebelumnya lebih menyoroti fakta bahwa perusahaan keluarga yang mampu bertahan sampai ke generasi berikutnya relative sedikit. Sedangkan dari kajian teoritis, ditemukan bahwa faktor yang dapat menghancurkan perusahaan keluarga diantaranya adalah: Konflik, Gaya Kepemimpinan, dan tentu saja Perencanaan Suksesi. Oleh karena itu penelitian ini mencoba untuk menggali informasi terkait dengan penyebab kegagalan perusahaan keluarga. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan melakukan wawancara mendalam kepada 2 perusahaan keluarga yang berkecimpung di industri penggilingan padi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor internal berupa: kemampuan manajerial, perencanaan suksesi yang buruk, dan konflik internal terkait warisan menjadi penyumbang utama kegagalan perusahaan keluarga. Sedangkan dari faktor eksternal; kondisi industri dan persaingan yang ketat memperburuk keberlanjutan perusahaan keluarga.

**Kata Kunci** : Perusahaan keluarga, Kegagalan Perusahaan Keluarga, Industri Penggilingan Padi.

**PENGARUH KOMPONEN MODAL INTELEKTUAL DAN MEKANISME TATA  
KELOLA PERUSAHAAN TERHADAP KINERJA KEUANGAN DAN NILAI  
PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA**

*The influence of Intellectual Capital Components and Corporate Governance Mechanism on  
Firm's Financial Performance and Value of the firm listed  
in the Indonesia Stock Exchange.*

**Budiandriani dan Ramlawati**

E-mail: budiandrianimt@gmail.com

E-mail: ramlawati.rahim@yahoo.com

Fakultas Ekonomi Universitas Muslim Indonesia (UMI) Makassar

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh (1) komponen modal intelektual terhadap kinerja keuangan dan nilai perusahaan; (2) mekanisme tata kelola perusahaan terhadap kinerja keuangan dan nilai perusahaan; dan (3) kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Penelitian dilaksanakan pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, yaitu sebanyak 158 perusahaan sampel dari 464 perusahaan yang terdaftar pada periode tahun 2016. Data dianalisis menggunakan Path Analysis Model dengan bantuan program AMOS versi 18. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Komponen modal intelektual berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan dan nilai perusahaan; (2) Mekanisme tata kelola perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan dan nilai perusahaan; dan (3) Kinerja keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

**Kata Kunci:** Komponen Modal Intelektual, Mekanisme Tata Kelola Perusahaan, Kinerja Keuangan, dan Nilai Perusahaan.

**ABSTRACT**

*This study aims to analyze the effect of (1) intellectual capital component on financial performance and value of the firm; (2) corporate governance mechanisms on financial performance and corporate value; And (3) financial performance on the value of the firm companies listed in the Indonesia Stock Exchange. The study was conducted at companies listed on the Indonesia Stock Exchange, which were 158 sample companies from 464 companies registered in the period of 2016. The data were analyzed using Path Analysis Model with the help of AMOS program version 18. The result of research indicate that (1) Component of intellectual capital have positive and significant influence to financial performance and firm value; (2) Corporate governance mechanism has a positive and significant impact on financial performance and corporate value; And (3) The financial performance has a positive and significant effect on the value of the firm in companies listed on the Indonesia Stock Exchange.*

**keywords:** *Intellectual Capital Components, Corporate Governance Mechanism, Financial Performance, and Value of the firm.*

**PERAN STRATEGI COMMUNITY DEVELOPMENT TERHADAP VALUE DAN  
SATISFACTION DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS  
MITRA BINAAN BANK BUMN**

**Holmes Rolandy Kapuy**  
rolandykapuy@rocketmail.com  
Fakultas Ekonomi-Universitas Sintuwu Maroso Poso

**ABSTRAK**

Meningkatnya daya saing antar bank memunculkan berbagai strategi untuk mempertahankan dan meningkatkan loyalitas. Konsep corporate social responsibility (CSR) dengan strategi community development merupakan pendekatan perbankan dalam membina hubungan dengan mitra binaan untuk meningkatkan nilai fungsional dan kepuasan yang bertujuan mempengaruhi loyalitas terhadap bank. Sampel digunakan sebanyak 120 mitra binaan pada bankbank BUMN di Kota Surabaya. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dan diolah dengan Structural Equation Modelling. Hasil studi menunjukkan bahwa nilai fungsional dan kepuasan dalam mengidentifikasi pengaruh dari community development memberikan hasil penilaian yang signifikan dan positif. Strategi community development dalam membantu pengembangan usaha mitra binaan memiliki nilai manfaat bagi usaha dan memenuhi harapan mitra binaan.

**Kata kunci :** *Corporate Social Responsibility Community development, Functional Value, Satisfaction, Loyalty*

**ABSTRACT**

*The increased competitiveness between banks led to various strategies to maintain and increase loyalty. The concept of corporate social responsibility (CSR) with community development strategy is an approach in developing relationships with the mentoring partners to enhance the functional value and satisfaction to influence loyalty to the bank. 120 mentoring partners in State Enterprise Banks in Surabaya were used in this study. Data collected by questionnaires and processed by Structural Equation Modeling (SEM). The result of this study shows that the functional value and satisfaction to identify the influence of community development have a significant and positive result. Community development strategies in support of business development the mentoring partners having value for their business and meet the expectations of the mentoring partners.*

**Keywords:** *Corporate Social Responsibility, community development, functional value, satisfaction, loyalty*



## KONSEPTUALISASI KONSTRUK KEPERCAYAAN DI LEVEL ANALISIS INDIVIDU DAN TIM: IDENTIFIKASI PELUANG RISET

**Handrio Adhi Pradana**

handrio.pradana@uii.ac.id

Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia, D.I. Yogyakarta

### ABSTRAK

Tujuan artikel *literature review* ini adalah untuk mengurai definisi kepercayaan sebagai sebuah konstruk penelitian yang cukup signifikan dalam riset-riset keperilaku dan organisasional. Dijelaskan pula pergeseran level analisis konstruk kepercayaan sebagai jawaban fenomena organisasi yang semakin dinamis baik secara struktural maupun proses. Selain membahas implikasi organisasionalnya, artikel ini juga mendiskusikan isu menarik mengenai sisi gelap dari kepercayaan yang diharapkan dapat membuka peluang riset-riset kepercayaan secara mendalam di masa mendatang.

**Kata kunci:** kepercayaan, level individu, level tim, over-kepercayaan

### ABSTRACT

*The purpose of this literature review's article is to parse the definition of trust as a significant research construct in behavioral and organizational research. It also explains the shift in the level of analysis of trust construct as a response to organizational phenomena increasingly dynamic both structurally and process. In addition to discussing its organizational implications, this article also discusses the interesting issue of the dark side of trust that is expected to open up opportunities for the future research.*

**keywords:** *trust, individual level, team level, over-trust*

**PENGARUH *R&D*, *INVESTMENT OPPORTUNITY SET*, DAN UKURAN  
PERUSAHAAN TERHADAP STRUKTUR MODAL, DENGAN PERTUMBUHAN  
PENJUALAN SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING***

**Mahirun**

Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen, Universitas Pekalongan

**ABSTRAK**

Secara konseptual tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis dan menguji bagaimana pengaruh Riset dan pengembangan (*R&D*), *investment opportunity set (IOS)*, ukuran perusahaan dan pertumbuhan penjualan terhadap struktur modal, dan bagaimana pengaruh riset dan pengembangan (*R&D*) dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap struktur modal dengan dimediasi oleh pertumbuhan penjualan. Populasi penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan kurun waktu pengamatan mulai tahun 2007 sampai dengan tahun 2015. Path analysis digunakan sebagai alat analisis dengan bantuan program AMOS. Hasil penelitian ini adalah pertumbuhan penjualan berpengaruh positif signifikan terhadap struktur modal, ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap pertumbuhan penjualan, *investment opportunity set* berpengaruh negative signifikan terhadap struktur modal, sedangkan *R&D* dan ukuran perusahaan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap struktur modal, sementara *R&D* berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap pertumbuhan penjualan. Temuan lain dari penelitian ini adalah pertumbuhan penjualan bukan merupakan variabel *intervening* dalam pengaruh *R&D* dan ukuran perusahaan terhadap struktur modal.

**Kata kunci:** Struktur modal, riset dan pengembangan, *Investment opportunity set*, ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan

# **ENDORSEMENT, VISUAL MERCHANDISING CUES DAN RESPON KONSUMEN PADA IKLAN MAKANAN DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

**Sony Kusumasondjaja**

s.kusumasondjaja@feb.unair.ac.id  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Airlangga

## **ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini adalah menguji perbedaan *perceived quality*, *information persuasiveness*, dan niat beli konsumen yang dihasilkan oleh iklan makanan di media sosial Instagram yang menggunakan strategi endorser dan *visual merchandising cues* yang berbeda. Posting iklan makanan dengan kombinasi *visual merchandising cues* dan *endorser* yang berbeda-beda diharapkan menghasilkan respon konsumen berbeda pula. Desain eksperimental dirancang dengan faktorial 3x (endorser selebriti, orang biasa, dan pakar) 2 (*high* dan *low visual merchandising cues*) dan melibatkan 240 mahasiswa yang memiliki akun dan aktif menggunakan media sosial Instagram. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi endorsement dengan menggunakan pakar kuliner menghasilkan respon konsumen yang lebih positif pada iklan produk makanan di Instagram. Endorser selebriti justru memunculkan respon konsumen yang paling lemah. Sementara itu, iklan produk makanan di media sosial Instagram dengan high task visual merchandising cues menimbulkan respon konsumen yang lebih positif daripada dengan low task visual merchandising cues. *Perceived quality* dan *information persuasiveness* secara signifikan berpengaruh positif pada niat beli. Temuan ini memberikan informasi yang mendalam bagi pemasar produk makanan yang menggunakan media sosial Instagram sebagai instrumen komunikasi pemasarannya untuk merancang iklan untuk media sosial Instagram yang mampu menghasilkan respon konsumen yang positif.

**Kata kunci:** *endorsement, visual merchandising cues, product quality, information persuasiveness*, dan media sosial

## **ABSTRACT**

*The purpose of this research is to examine the differences in perceived quality, information persuasiveness, and consumer purchase intention resulted from food advertising posted on social media Instagram using different endorsement strategy and visual merchandising cues. Food ads posts combining different endorser and visual merchandising cues are expected to generate different consumer responses. Experimental design was developed using 3x (celebrity, expert, common people endorser) 2 (high and low task visual merchandising cues) factorial design involving 240 students having and actively using Instagram. Findings suggest that expert endorser produces more favorable consumer responses toward food ads on Instagram. Celebrity endorser surprisingly creates the least favorable responses. Meanwhile, food ads posted on Instagram presented with high task visual merchandising cues results more favorable responses than the one with low task visual merchandising cues. Perceived quality and information persuasiveness significantly influence positively towards consumer purchase intention. These findings provide insightful information for food marketers who adopt Instagram as their marketing communication vehicle to craft advertising message on Instagram that can generate positive consumer responses.*

**keywords:** *endorsement, visual merchandising cues, product quality, information persuasiveness, and social media*

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU  
KONSUMEN DALAM MEMBELI  
PAKET WISATA KILI KILI *ADVENTURE***

**Ki Gede Bima Pangarso dan Daru Asih**  
Universitas Mercu Buana, Jakarta

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam membeli paket wisata Kili Kili Adventure. Desain penelitian yang digunakan adalah penelitian survey dan populasi yang digunakan adalah pelanggan Kili Kili Adventure. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik non probability sampling, yaitu convenience sampling. Analisis data dilakukan dengan menggunakan Structural Equation Modeling. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa keputusan pembelian konsumen dalam membeli paket wisata dipengaruhi secara signifikan oleh faktor kualitas produk atau layanan dan faktor promosi. Sedangkan untuk faktor harga persepsian dan destinasi menunjukkan hasil yang tidak signifikan.

**Kata Kunci :** Kualitas Produk/Layanan, Harga Persepsian, Destinasi, Promosi.

## PENINGKATAN KEPUASAN PELANGGAN MELALUI KOMPETENSI BARISTA

Wa Ode Zusnita Muizu, R. Gito Perwiro, Umi Kaltum, dan Asep Mulyana

waode.zusnita@unpad.ac.id

rgperwiro@gmail.com

umi.kaltum@unpad.ac.id

asep.mulyana@unpad.ac.id

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Padjadjaran

### ABSTRAK

Indonesia saat ini menjadi negara penghasil kopi ketiga terbesar di dunia. Data AEKI (2010) menjelaskan bahwa konsumsi kopi Indonesia mencapai 800 gram per kapita dengan total kebutuhan kopi mencapai 190 ribu ton. Dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat untuk meminum kopi sehingga pada akhirnya bermunculan ide untuk membuat kedai kopi. Hal ini menimbulkan persaingan usaha kedai kopi menjadi semakin kompetitif. Hal ini dilakukan untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Permasalahan lain yang timbul dari Kopi Kalyan saat ini adalah *barista* yang masih belum memiliki kompetensi yang sesuai dengan *job description* nya s menggunakan mesin seperti *coffee grinder* dan *miscela*. Hal ini menyebabkan kurang efektifnya kinerja *barista* sehingga menjadi kendala dalam menciptakan varian kopi yang baru. Tujuan penelitian ini adalah (i) untuk Mengkaji dan menganalisis kompetensi *barista* dan kepuasan pelanggan kedai Kopi Kalyan Jakarta, (ii) Mengkaji dan menganalisis pengaruh kompetensi *barista* terhadap kepuasan pelanggan kedai Kopi Kalyan Jakarta. Metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan metode verifikatif. Data diperoleh melalui wawancara dan penyebaran kuesioner. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan analisis Regresi Linier Sederhana. Hasil dari penelitian ini: (i) barista Kopi Kalyan kurang kompeten, dan pelanggan Kopi Kalyan tidak puas dikarenakan kurangnya kompetensi yang dimiliki barista Kopi Kalyan., (ii) . Berdasarkan analisis koefisien determinasi, diperoleh nilai koefisien determinasi model sebesar 53,5% yang menunjukkan arti bahwa variabel Kompetensi Barista (X) memberikan pengaruh sebesar 53,5% terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Sedangkan sisanya sebesar 46,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diamati di dalam penelitian ini.

**Kata kunci:** Kompetensi barista, kepuasan pelanggan

**PENGARUH DUKUNGAN ORGANISASI, IKLIM ORGANISASI, DAN KOMITMEN  
ORGANISASI TERHADAP *TURNOVER INTENTION*  
(STUDI PADA PT. CHAROEN POKPHAND JAYA FARM HATCHERY  
GEMPOL PASURUAN)**

**Dewi Andriani dan Lilik Indahyani**

Email: dewiandriani.sda24@gmail.com

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

**ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dukungan organisasi ( $X_1$ ), iklim organisasi ( $X_2$ ), dan komitmen organisasi ( $X_3$ ) terhadap *turnover intention* ( $Y$ ). Teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi linier dengan menggunakan program SPSS (*Statistical Program for Social Science*) versi 16 for windows. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh dukungan organisasi ( $X_1$ ), iklim organisasi ( $X_2$ ), dan komitmen organisasi ( $X_3$ ) secara bersama-sama terhadap *turnover intention* ( $Y$ ), serta variabel komitmen organisasi ( $X_3$ ) mempunyai pengaruh yang paling signifikan terhadap *turnover intention* ( $Y$ ). Hasil  $R^2$  adalah 0.520 atau 52%. Ini berarti *turnover intention* ( $Y$ ) dipengaruhi oleh dukungan organisasi ( $X_1$ ), iklim organisasi ( $X_2$ ), dan komitmen organisasi ( $X_3$ ) sebesar 52% dan sisanya 48% dipengaruhi oleh variabel lain.

**Kata Kunci:** Dukungan organisasi, Iklim Organisasi, Komitmen Organisasi, *Turnover Intention*.

**ABSTRACT**

*The purpose of this study was to find out the influence of perceived organizational support ( $X_1$ ), organizational climate ( $X_2$ ), and organizational commitment ( $X_3$ ) to turnover intention ( $Y$ ). The analysis technique used in this study is the linear regression analysis using SPSS (Statistical Program for Social Science) version 16 for Windows. The results showed that there is influence organizational support ( $X_1$ ), organizational climate ( $X_2$ ), and organizational commitment ( $X_3$ ) together against turnover intention ( $Y$ ), and variable organizational commitment ( $X_3$ ) has the most significant effect on turnover intention ( $Y$ ). The results  $R^2$  is 0.520 or 52%. This means that turnover intention ( $Y$ ) is influenced by the organizational support ( $X_1$ ), organizational climate ( $X_2$ ), and organizational commitment ( $X_3$ ) amounted to 52% and the remaining 48 % is influenced by other variables*

**keywords:** *Perceived Organizational Support, Organizational Climate, Organizational Commitment, Turnover Intention.*

# PENGARUH NEGARA ASAL DAN PERSEPSI KUALITAS TERHADAP NIAT PEMBELIAN SEPATU DI KOTA BANDUNG

Salma Fauziyyah

salmafauziyyah@gmail.com

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jember

## ABSTRAK

Konsumen saat ini sangat kritis dalam memilih produk sepatu dengan berbagai pertimbangan yang dilakukan baik dari segi intrinsik maupun ekstrinsik produk tersebut, salah satunya adalah negara asal merek. Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh negara asal terhadap persepsi kualitas, menguji pengaruh persepsi kualitas terhadap niat pembelian, serta menguji pengaruh negara asal terhadap niat pembelian konsumen sepatu di Kota Bandung. Populasi penelitian ini adalah konsumen sepatu di Kota Bandung. Sampel penelitian sebanyak 125 responden dengan pendekatan *purposive sampling*. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Modeling* (SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa negara asal berpengaruh terhadap persepsi kualitas, persepsi kualitas berpengaruh terhadap niat pembelian, namun tidak terdapat hubungan langsung antara negara asal terhadap niat pembelian konsumen sepatu di Kota Bandung.

**Kata kunci:** Negara asal, persepsi kualitas, niat pembelian sepatu

## ABSTRACT

*Consumers today are very critical in choosing shoe products with a variety of considerations made both in terms of intrinsic and extrinsic products, one of which is the country of origin of the brand. The purpose of this study is to examine the influence of country of origin on the perceived quality, to test the influence of perceived quality to purchase intention, and to test the influence of country of origin to purchase intention of shoes consumer in Bandung. The population of this research is shoe consumer in Bandung. The sample of research is 125 respondents with purposive sampling approach. The method of analysis used in this research is Structural Equation Modeling (SEM). The result of the research shows the state of the state on the perception of quality, the perception of quality to purchase intention, but there is no direct relationship between the country of origin to the purchase of shoes in Bandung.*

**keywords:** *Country of origin, perception of quality, purchase intentions shoes*

# **DAMPAK *PERSONALITY* , *STORE ENVIRONMENT* TERHADAP *IMPULSE BUYING BEHAVIOR* MELALUI *IMPULSE BUYING TENDENCY***

**Lisda Rahmasari**  
Universitas AKI Semarang

## **ABSTRAK**

Penelitian ini untuk menganalisa pengaruh *impulse buying tendency* terhadap *impulse buying behaviour* yang dilakukan pada pelanggan *Mall Paragon Semarang*. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 200 orang yang diambil dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Metode pengumpulan data adalah dengan menggunakan kuesioner. Teknis analisis data yang digunakan adalah *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan bantuan software AMOS 19. SEM merupakan analisis multivariat yang digunakan untuk menganalisis hubungan antar variabel secara kompleks. Hasil analisis menunjukkan bahwa *personality* , *store environment* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *impulse buying tendency* dan *impulse buying tendency* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *impulse buying behavior* di *Paragon Mall Semarang*

**Kata Kunci:** *Personality* , *store environment*, *impulse buying tendency*, *impulse buying behavior*

## **ABSTRACT**

*This research analyzes the influence of impulse buying tendency terhadap impulse buying behaviour in paragon mall semarang. The sample in this study were 200 people taken by using purposive sampling technique. Questionnaire was used as atool in data collection method. Data analysis techniques in this research is Structural Equation Modeling (SEM) with software AMOS 19 is used to analyze this problem. SEM is a multivariate analysis were used to analyze the relationship between variables is complex. The results of analysis showed that personality , store environment has a significant and positive impact impulse buying tendency and impulse buying tendency also has a positive and significant influence on impulse buying behavior paragon mall Semarang.*

**keywords :** *Personality* , *store environment*, *impulse buying tendency*, *impulse buying behavior*



**PENGARUH KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN ASURANSI TERHADAP  
PENINGKATAN PENDAPATAN PREMI PADA PERUSAHAAN ASURANSI YANG  
TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA**

**M. Rifki Nuriyansah dan D. Agus Harjito**

nuriyansah@yahoo.com

agus\_h@uii.ac.id; harjitok@yahoo.com

Prodi Manajemen, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *risk based capital*, rasio pertumbuhan premi, *Return On Investment*, rasio klaim terhadap peningkatan pendapatan premi pada Perusahaan Asuransi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2009-2015. Jumlah sampel sebanyak 11 perusahaan. Pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Data penelitian berupa laporan keuangan perusahaan asuransi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *risk based capital* dan rasio klaim tidak berpengaruh secara signifikan terhadap peningkatan pendapatan premi di BEI yang. Rasio pertumbuhan premi berpengaruh positif secara signifikan terhadap peningkatan pendapatan premi, sedangkan *return on investment* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap peningkatan pendapatan premi. Secara simultan *risk based capital*, rasio pertumbuhan premi, *return on investment* dan rasio klaim berpengaruh positif secara signifikan terhadap peningkatan pendapatan premi.

**Kata Kunci:** *Risk Based Capital*, rasio pertumbuhan premi, *Return on Investment*, rasio klaim dan peningkatan pendapatan premi.

**ABSTRACT**

*The purpose of this research is to investigate the influence of risk based capital, premium growth ratio, return on investment, and claim ratio on the premium growth earnings in insurance firms listed on Indonesia Stock Exchange over 2009 through 2015. Using purposive sampling, there are 11 firms as sample of 13 firm population. The data source in this research is secondary data which is annual report of Indonesian insurance firm that have been listed in Indonesia Stock Exchange. The results show that risk based capital, claim ratio, and return on investment don't have significant effect on the premium growth earnings, while premium growth ratio has positive significant effect on the premium growth earnings. Simultaneously, the results show that risk based capital, premium growth ratio, return on investment, and claim ratio have positive significant effect on the premium growth earnings.*

**keywords:** *risk-based capital, premium growth, return on investment, claim ratio and the premium growth earnings*

# DETERMINAN PERILAKU KERJA INOVATIF DALAM PENYIAPAN SUMBER DAYA MANUSIA MENUJU PENGUATAN DAYA SAING BANGSA

Chalimah dan Ari Muhardono

chalimah@unikal.ac.id , arie.unikal@gmail.com

Fakultas Ekonomi, Universtas Pekalongan

## ABSTRAK

Seiring perkembangan tuntutan pasar global, lembaga pendidikan tinggi juga harus terus melakukan kreativitas dan inovasi agar kualitas pembelajaran meningkat, sehingga lulusan yang dihasilkan memiliki daya saing yang tinggi. Untuk merealisasikan SDM yang memiliki daya saing dibutuhkan perilaku kerja inovatif dosen. Banyak faktor yang dapat mempengaruhi perilaku kerja inovatif dosen. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menganalisis pengaruh etos kerja dan komitmen terhadap perilaku kerja inovatif dosen pada Universitas Pekalongan (Unikal) Dalam penelitian ini, di gunakan variabel etos kerja dan komitmen untuk menganalisis pengaruh perilaku kerja inovatif tersebut. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi berganda. Data diperoleh dari kuesioner yang telah diinput secara online oleh mahasiswa di sistem informasi akademik (SIKAD) dan penilaian yang dilakukan oleh Lembaga Penjaminan Mutu Unikal (LPMU). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel etos kerja dan variabel komitmen secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku kerja inovatif dosen. Perilaku kerja inovatif dosen yang rendah dapat ditingkatkan dengan mendorong variabel etos kerja dan variabel komitemn.

**Kata kunci:** Perilaku kerja inovatif , etos kerja dan komitmen

## ABSTRACT

*Along with the development of global market demands, higher education institutions must also continue to make creativity and innovation so that the quality of learning increases, so that the graduates produced have high competitiveness. To realize human resources that have competitiveness requires innovative lecturer work behavior. Many factors can affect the lecturer's innovative work attitude. This research was conducted with the aim to analyze the influence of work ethic and commitment to innovative lecturer's work attitude at Pekalongan University (Unikal) In this research, use work ethic variable and commitment to analyze the influence of innovative working behavior. This research uses multiple regression analysis method. Data obtained from questionnaires that have been inputted online by students in academic information system (SIKAD) and assessment conducted by Quality Assurance Institute Unikal (LPMU). The results of this study indicate that work ethic variables and commitment variables together significantly affect the innovative lecturer work behavior. Low lecturer's innovative work behavior can be improved by encouraging work ethic variables and comitment variables.*

**keywords:** *work ethic, commitment and innovative lecturer work behavior*

# ANALISIS RASA PERCAYA DAN KERAHASIAAN TERHADAP MINAT BELI MELALUI SIKAP BELI PADA PRODUK SECARA *ONLINE*

**Harries Arizona Ismail**

harries.arizona@unaki.ac.id

Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas AKI

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis lima hipotesis yang diajukan meliputi: pengaruh rasa percaya terhadap sikap beli produk secara *online*, pengaruh kerahasiaan terhadap sikap beli produk secara *online*, pengaruh rasa percaya terhadap minat beli produk secara *online*, pengaruh kerahasiaan terhadap minat beli produk secara *online* dan pengaruh sikap beli produk secara *online* terhadap minat beli produk secara *online*. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Jumlah sampel yang mewakili sebanyak 102 responden yakni para pelanggan yang pernah membeli produk secara *online*. Data yang terkumpul dianalisis dengan menggunakan pendekatan *Structural Equation Modelling* (SEM) dan diolah dengan program AMOS versi 16.0. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan rasa percaya mempengaruhi sikap beli produk secara *online* dengan positif dan signifikan, kerahasiaan tidak mempengaruhi sikap beli produk secara *online*, rasa percaya tidak mempengaruhi minat beli secara *online*, kerahasiaan mempengaruhi minat beli produk secara *online* dengan positif dan signifikan dan sikap beli produk secara *online* mempengaruhi minat beli produk secara *online* dengan positif dan signifikan.

**Kata kunci:** rasa percaya, kerahasiaan, sikap beli produk secara *online*, minat beli produk secara *online*

## ABSTRACT

*This research purpose is to analyze five proposed hypothesis including: the influence of trust toward attitude to buy online product, the influence of privacy toward attitude to buy online product, the influence of trust toward intention to buy online product, the influence of privacy toward intention to buy online product and the influence of attitude to buy online product toward intention to buy online product. Sampling technique is using by purposive sampling. The amount of representatives sampling 102 participants from customer whose ever buy online product. The data gathered has been analyzed by using Structural Equation Modelling (SEM) and it is processed by using AMOS program version 16.0. The result of the hypothesis shows the influence of trust toward attitude to buy online product is positively and significant, the influence of privacy toward attitude to buy online product is not significant, the influence of trust toward intention to buy online product is not significant, the influence of privacy toward intention to buy online product is positively and significant and the influence of attitude to buy online product toward intention to buy online product is positively and significant.*

**keywords:** *trust, privacy, attitude to buy online product, intention to buy online product*

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI  
PENYALURAN KREDIT PERBANKAN  
(STUDI PADA BANK UMUM MILIK NEGARA)**

**Sita Nurmalia Adha dan Hedwigis Esti Riwayati**

hedwigis.esti@perbanas.id

Perbanas Institut

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Capital Adequacy Ratio*, *Non Performing Loan*, dan Suku Bunga Sertifikat Bank Indonesia terhadap Penyaluran Kredit Perbankan. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder berupa data triwulanan kredit, *Capital Adequacy Ratio*, *Non Performing Loan*, dan Suku Bunga Sertifikat Bank Indonesia yang diperoleh dari publikasi website Bank Indonesia dan Otoritas Jasa Keuangan periode 2013-2015. Teknik pengumpulan sampel yang digunakan dalam penelitian ini dengan metode sampling jenuh. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis statistik deskriptif dan analisis regresi data panel dengan menggunakan alat bantu pengolahan data yaitu program *Eviews 8.0*. Pengujian hipotesis menggunakan uji hipotesis parsial dan uji kelayakan model. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *capital adequacy ratio* dan suku bunga Sertifikat Bank Indonesia berpengaruh positif signifikan terhadap penyaluran kredit sedangkan variabel *non performing loan* berpengaruh negatif signifikan terhadap penyaluran kredit. Model dalam penelitian ini layak untuk menjelaskan penyaluran kredit perbankan pada Bank Umum Milik Negara periode 2013-2015.

**Kata Kunci:** Penyaluran Kredit, *Capital Adequacy Ratio*, *Non Performing Loan* dan Suku Bunga Sertifikat Bank Indonesia.

## **PENERAPAN SIX SIGMA DMAIC DALAM MENURUNKAN DEFECT PADA PROSES PRODUKSI SIGARET**

**Rikardo Hutasoit dan Indrianawati Usman**  
Indrianawati-u@feb.unair.ac.id  
Magister Manajemen FEB Universitas Airlangga  
Dept. Manajemen FEB Universitas Airlangga

### **ABSTRAK**

Tujuan studi ini adalah menunjukkan peran six sigma DMAIC dalam meningkatkan keunggulan dari sebuah proses manufaktur serta daya saing perusahaan sekaligus menjamin kesinambungan bisnisnya. Metodologi DMAIC merupakan salah satu tehnik yang digunakan oleh perusahaan untuk perbaikan kualitas produknya. Penelitian ini menunjukkan penerapan secara empirik dari Six Sigma dan DMAIC untuk mengurangi defect dalam proses produksi sigaret. Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini mengikuti langkah-langkah DMAIC dengan melakukan investigasi yang sistematis untuk mengidentifikasi akar masalah yang menjadi sebab terjadinya *defect* dan memberikan solusi untuk mengurangi dan atau meniadakan sebab-sebab tersebut. Berbagai alat analisis digunakan untuk mengidentifikasi prioritas konsumen dan *Critical to Quality*, yakni SIPOC (Supplier Inputs Processes Outputs Costumer). *Pareto analysis* digunakan untuk mengukur komplin dari konsumen selanjutnya dianalisis dengan Fisbone Diagram untuk mengetahui akar masalah yang menjadi sebab terjadinya defect. Improvement dilakukan dengan menggunakan analisis dengan meniadakan dan mengurangi kegiatan yang kurang bernilai dan mencari alternative cara untuk meniadakan penyebab defect. Proses control dilakukan dengan membandingkan hasil proses perbaikan yang dicapai dengan menggunakan Control Chart. Pendekatan penelitian menggunakan single detailed case study untuk menunjukkan pemanfaatan Six Sigma, DMAIC dan berbagai *tools* yang menyertainya. Penelitian dilakukan pada salah satu mitra perusahaan sigaret terbesar di Indonesia. Hasil penelitian mengindikasikan bahwa terdapat Tiga 3 *defect* yang paling banyak terjadi pada proses produksi adalah *wrinkle*, *dirty* dan, *incomplety filled*. Analisis lebih lanjut menunjukkan bahwa *Defect incompletely filled* merupakan defect kritikal yang sering terjadi. Pada tahap analisis diindikasikan ketidakkonsistenan berat jumputan tembakau dan ketidakrataan tembakau menyebabkan sejumlah *defect incomplely filled* pada proses giling. Setelah melakukan langkah perbaikan, terjadi penurunan *defect per million opportunity* dari *defect incomplely filled* sebesar 38% atau dari 4.474 menjadi 2.777.

**Kata kunci:** *Six Sigma, DMAIC, Defect, Critical to Quality.*

# DIMENSI PERSEPSI RESIKO PADA PERILAKU BELANJA *ONLINE* KONSUMEN

Yuniarti Fihartini dan Mudji Rahmad Ramelan  
Universitas Lampung

## ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengakibatkan perubahan perilaku konsumen, yang dulu berbelanja secara konvensional melakukan pembelian melalui transaksi tatap muka, berubah menjadi berbelanja secara virtual melalui perangkat elektronik yang terhubung dengan media internet. Belanja online menawarkan berbagai macam kelebihan, kenyamanan transaksi, dapat dilakukan kapan saja (24/7), dimana saja, menghemat waktu, serta dapat mengurangi biaya. Namun terdapat beberapa risiko yang dikhawatirkan oleh konsumen terhadap kegiatan belanja *online* yang akan mempengaruhi perilakunya berbelanja *online*. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh dimensi persepsi risiko yang terdiri dari risiko keuangan (*financial risk*), risiko produk (*product risk*), risiko waktu (*time risk*), risiko pengiriman (*delivery risk*), risiko sosial (*social risk*), dan keamanan informasi (*information security*) terhadap perilaku konsumen dalam belanja *online*, dengan responden para konsumen di Bandar Lampung yang pernah melakukan belanja online sebanyak 100 orang. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *non probability* sampling menggunakan teknik *purposive sampling*. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa tiga dimensi risiko yakni risiko produk, risiko pengiriman, dan risiko keamanan informasi terbukti berpengaruh terhadap perilaku konsumen dalam memutuskan belanja *online*. Sementara tiga dimensi lainnya risiko keuangan, risiko waktu, dan risiko sosial tidak terbukti berpengaruh terhadap perilaku konsumen dalam memutuskan berbelanja *online*.

**Kata Kunci** : risiko keuangan, risiko produk, risiko waktu, risiko pengiriman, risiko sosial, risiko keamanan informasi, belanja *online*

## **PENGARUH GAYA KEPEMIMPINAN DAN MOTIVASI TERHADAP KINERJA KERJA KARYAWAN (STUDI KASUS PADA PT. WENANG PERMAI SENTOSA DI MANADO)**

**Ari Anggarani Winadi Prasetyoning Tyas dan Elvy Susanty**

ari.anggarani@esaunggul.ac.id

Mei\_sia1909@yahoo.com

Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Esa Unggul, Jakarta

Fakultas Ekonomi Universitas Esa Unggul, Jakarta

### **ABSTRACT**

*Leadership and motivation are some of the problems in most organizations. While the motivation associated with why people do what they do. Low productivity, absenteeism, low morale, dissatisfaction and setbacks are symptoms of lack of motivation. Then leadership is helping people to re-establish, maintain and increase their motivation. The leader acts by smoothing the productivity, morale, energetic response, quality workmanship, commitment, efficiency and sustainability in organizations. This study aims to determine the effect of leadership style and motivation on the performance of employees of PT. Wenang Permai Sentosa in Manado . In this study, the independent variables are leadership style and motivation , while the dependent variable is the performance of the employee. Research method used in sampling is a method of purposive sampling by the number of samples used 66 respondents from 30 statement questionnaire. Respondents of this research was the respondents employees of PT. Wenang Permai Sentosa in Manado. The analytical method used is multiple linear regression analysis. The results showed that the style of leadership and motivation of jointly affect the performance of employees of PT. Wenang Permai Sentosa in Manado.*

**keywords :** *Leadership Style, Motivation, and Work Performance*

## **PENDEKATAN SWOT ANALISIS DAN KELAYAKAN USAHA TENUN IKAT DI DESA WOLOTOPO KECAMATAN NDONA KABUPATEN ENDE.**

**Rafael Octavianus Byre, Ferdinandus Lidang Witi, dan Yohanes Paulus Luciany**

byreraphael@gmail.com

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Flores

### **ABSTRAK**

Sebagai pewaris kita harus merasa bangga atas karya seni budaya dari leluhur kita, baik dalam bentuk alamiah, maupun hasil karya seniman dan menyerahkan aset wisata budaya yang harus dijaga, dilestarikan, serta dikembangkan untuk berbagai tujuan termasuk bagi wisatawan yang berminat di bidang seni budaya. Aneka seni budayata tradisional yang dimiliki kabupaten Ende beraneka ragam. Dari seni tari, seni music maupun seni mengolah kain yang di kenal sebagai tenun ikat. Salah satu sentra pengolahan tenun ikat di kabupaten Ende, ialah tenun ikat yang ada di Desa Wolotopo, yang bercirikan budaya masyarakat setempat yang mempunyai karsa, karya, cipta dan rasa seni yang terdalam dalam proses kehidupan yang diungkapkan dalam berbagai kegiatan hidupnya. Pada sudut pandang yang di temukan kondisi yang mengisyaratkan adanya tuntutan ekonomis dalam memenuhi kebutuhan hidup para penenun kain. Fenomena yang kita temukan dapat di paparkan sebagai perpaduan dari kehidupan para ibu dan gadis remaja di desa dengan budaya menenun serta kebutuhan akan hidup. Di latar belakang kondisi-kondisi diatas, dalam artian mendorong pelestarian budaya sekaligus untuk meningkatkan penghasilan masyarakat di daerah pedesaan terutama kaum ibu dan remaja putri di desa Wolotopo kecamatan Ndonga, kabupaten Ende. Kami tim penulis berupaya memetakan masalah-masalah lingkungan yang di hadapi oleh para penenun ikat di desa wolotopo dengan pendekatan SWOT Analisis dengan tidak menghilangkan esensi budaya dan nilai yang terkandung di dalamnya.

**Kata Kunci** : Isu Pelestarian Budaya, Kebutuhan Hidup Penenun, Pemetaan dengan Pendekatan *SWOT* Analisis



# **PENGARUH *BRAND EVIDENCE*, *SATISFACTION* DAN *BRAND HEARSAY* TERHADAP *BRAND LOYALTY*: *BRAND ATTITUDE* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

**Keni dan Davin**

keni@fe.untar.ac.id

Fakultas Ekonomi, Universitas Tarumanagara, Jakarta

## **ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji apakah: 1) *brand evidence*, *satisfaction* dan *brand hearsay* mempengaruhi *brand attitude* 2) *brand attitude* mempengaruhi *brand loyalty*, 3) *brand attitude* dapat memediasi pengaruh *brand evidence*, *satisfaction* and *brand hearsay* dan *brand loyalty*. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan salah satu maskapai penerbangan di Jakarta. Sementara sampel dalam penelitian ini sebanyak 219 pelanggan dengan metode pengambilan sampel tidak acak dan teknik *convenience*. Metode pengumpulan data dilakukan dengan membagikan kuesioner *online*. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi dan analisis jalur dengan pendekatan analisis regresi menurut Baron dan Kenny (1986). Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) *brand evidence*, *satisfaction* dan *brand hearsay* secara positif dan signifikan mempengaruhi *brand attitude*, 2) *brand attitude* secara positif dan signifikan mempengaruhi *brand loyalty*, dan 3) *brand attitude* dapat memediasi secara positif pengaruh *brand evidence*, *satisfaction* dan *brand hearsay* terhadap *brand loyalty*.

**Kata kunci:** *brand evidence*, *brand satisfaction*, *brand hearsay*, *brand attitude*, *brand loyalty*.

## **ABSTRACT**

*The purpose of this research are to examine whether 1) brand evidence, satisfaction and brand hearsay can influence brand attitude, 2) brand attitude can influence brand loyalty, 3) brand attitude can mediate brand evidence, satisfaction and brand hearsay. The populations of this research are all customers from one of the airlines in Jakarta. The samples are 219 respondents by online questionnaires with the nonprobability sampling technique with convenience sampling. The technique of data analysis used in this study was regression analysis and path analysis using regression analysis approach according Baron and Kenny (1986). Overall, the results of this study are 1) brand evidence, satisfaction and brand hearsay are positively and significantly effected on brand attitude, 2) brand attitude is positively and significantly effected on brand loyalty, and 3) brand attitude can mediate positively effect brand evidence, satisfaction and brand hearsay on brand loyalty.*

**keywords:** *brand evidence*, *satisfaction*, *brand hearsay*, *brand attitude*, *brand loyalty*.

**PENGARUH FAKTOR KEPERCAYAAN REKOMENDASI PRODUK BELANJA  
ONLINE TERHADAP NIAT BELI PADA SITUS TOKOPEDIA.COM**

**Abhita Melati Putri dan Budi Astuti**

budiastutish@gmail.com

Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia

**ABSTRACT**

*This research aims to know the influence of trust in product recommendations from others in the web sites against the intention to buy products through the web site. The problem is formulated in this research is variable perceived ability, perceived benevolence/integrity, and perceived critical mass of social networks that influence trust product recommendations so as to affect the intention of the consumer to purchase from a website through an increase an intention. As well as the perceived web reputation, perceived web quality and perceived institution assurance of the web site that may affect trust in a website so that it can affect intention purchase from the website. The population used in this research is all the respondents who ever make a transaction on the website Tokopedia.com throughout Indonesia. Samples were taken using a purposive sampling technique with 155 samples are getting hrough google's online survey forms. The data obtained are then analyzed using Structural Equation Models (SEM) operated by AMOS program (Analysis of Moment Structure). The results of this research show that there were no 1) there is a positive and significant effect of variable trust in a website on the intention to purchase from the website, 2) there is a positive and significant effeect of variable intention to purhcase product on the intention to purchase from website, 3) there is a positive and significant effect of variable trust in product recommendation on the intention to purhcase product, 4) has no positive and significant effect of variable perceived ability on the trust in product recommendation, 5) there is positive effect and not significant effect of variable perceived benevolence on the trust in product recommendation, 6) has no positive and significant effect of variable perceived critical mass on the trust in product recommendation, 7) there is positive and significant effect of variable perceived web reputation on the trust in a website, 8) there is positive effect and not significant of variable perceived web quality on the trust in a website, 9) there is positive and significant effett of variable perceived institution assurance on the trust in a website, 10) there is positive effect and not significant of the variabel trust in product recommendation on the trust in a website*

**keywords :** *Intention to Purchase, Recommendation, Trust*

# MINIMISASI KONFLIK KEAGENAN UNTUK MEMAKSIMALKAN NILAI PERUSAHAAN

Umi Murtini

umimt@staff.ukdw.ac.id

Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Duta Wacana

## ABSTRAK

Tujuan dari penelitian adalah menguji kemampuan minimisasi konflik keagenan untuk memaksimalkan nilai perusahaan. Minimisasi konflik keagenan dilakukan dengan melakukan program kepemilikan saham oleh karyawan dan pengawasan kerja oleh kreditor. Kepemilikan saham oleh karyawan dilakukan melalui program *Employ Stock Ownership Plan* (ESOP). Pengawasan kreditor dilakukan dengan memasukkan unsur hutang dalam struktur modalnya. ESOP diukur melalui prosentase saham yang digunakan untuk ESOP. Pengawasan kreditor diukur dengan rasio DER (*Debt Equity Ratio*). Kinerja perusahaan diukur menggunakan Return on Investment (ROI) digunakan sebagai variable intervening. Pengujian dilakukan pada semua perusahaan go public di Indonesia yang memiliki program ESOP dan memiliki rasio DER tahun 2012 sampai dengan 2016. Alat pengujian digunakan regresi dengan variable intervening. Hasil pengujian menunjukkan bahwa ESOP tidak berpengaruh langsung terhadap nilai perusahaan, tetapi berpengaruh melalui ROI. DER berpengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap nilai perusahaan.

**Kata kunci:** ESOP, DER, ROI, dan Nilai Perusahaan

## ABSTRACT

*The purpose of this research is to test the ability minimization agency conflicts to maximize firm value. Minimization of agency conflict is done by conducting share ownership program by employee and supervision of work by creditors. Ownership shares ownership employees is made through the *Employ Stock Ownership Plan* (ESOP) program. Creditors' supervision is done by entering the debt element in their capital structure. ESOP is measured through the percentage of shares used for ESOP. Creditor control is measured by the ratio of DER (*Debt Equity Ratio*). Company performance is measured using Return on Investment (ROI) used as intervening variable. Tests conducted on all go public companies in Indonesia who have ESOP program and have a ratio of DER 2012 to 2016. Testing tools used regression with intervening variables. The test results show that the ESOP does not directly affect the value of the company, but the affect ROI. DER directly or indirectly affects the value of the company.*

**keywords:** ESOP, DER, ROI, and Company Value

## ANALISIS FAKTOR PEMBENTUK SEGMENTASI PASAR KONSUMEN

Suryadi

suryadipolinema@yahoo.com

Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Malang

### ABSTRAK

Tujuan penelitian ini pembentuk segmentasi pasar melalui analisis faktor perilaku konsumen, karena segmentasi merupakan cara pandang/ berpikir yang membantu seseorang untuk melihat suatu fenomena pada kelompok-kelompok pembeli yang berbeda dalam memenuhi kebutuhan manfaat dan sosial. Dengan memiliki pengetahuan ini seseorang akan menjadi lebih bijak, lebih sempurna dalam memandang kehidupannya dan selektif dalam melakukan kegiatan. Dalam analisis faktor dalam segmentasi pasar memiliki peranan kunci dalam strategi pemasaran suatu organisasi yang berhasil untuk kepuasan pelanggan. Perangkat pemasaran sangat berguna membantu para pemasar dalam mendefinisikan kebutuhan dan keinginan konsumen secara tepat dengan pengelompokan pasar/pembeli. Konsep penjabaran segmentasi didasarkan pada teori Kotler dan Keller dimana segmentasi berdasarkan demografis, geogratis, perilaku dan psikografis dengan mengidentifikasi faktor-faktor dalam atribut sebagai dasar pengelompokan pelanggan melalui teknik interdependensi. Penelitian ini bertujuan mengetahui dan menganalisis faktor-faktor atribut kesehatan dan hubungan sosial untuk mengidentifikasi profil segmen paling dominan dalam penentuan keputusan membeli suatu produk pasta gigi. Metode analisis data dengan analisis deskriptif dan analisis faktor dengan keluaran koefisien matriks faktor terotasi. Hasil penelitian ini menghasilkan 4 Komponen faktor (Manfaat dan Lingkungan Sosial) yang terbentuk dengan nama FaktorI(DROZ1948) "Gusi&Berlubang; Bersinar&Menarik", FaktorII(DRROSE) "Kemasan, Iklan : Rasa&Warna", FaktorIII(DRSOFTUP) "Tekstur,Busa&Aroma&Harga" dan Faktor IV(DRMINT) "Busuk&Segar"; semua faktor bernilai > 0,5. Bukti empiris grafik *Scree plot* dan *Model Fit* membuktikan kecukupan data dan layak sebagai penentu segmentasi pasar konsumen.

**Kata kunci:** *Segmentation, Behavior, Targeting, dan Positioning*

### ABSTRACT

*The purpose of this research is the formation of market segmentation through the analysis of consumer's behavior factors, because segmentation is a way of thinking / thinking that helps one to see a phenomenon in different groups of buyers in meeting the needs of benefits and social. By having this knowledge someone will become wise, more perfect in looking at his life and selective in doing activities. Factor analysis in market segmentation has a key role in the marketing strategy of a successful organization for customer's satisfaction. The marketing tool is very useful to assist marketers in defining the needs and desires of consumers appropriately with market / buyer groupings. The concept of segmentation is based on Kotler and Keller's theories where segmentation is based on demographics, geography, behavior and psychology by identifying factors in attribute as the basis of customer grouping through interdependence techniques. This research aims to identify and analyze the factors of health attributes and relationships to identify the profile of the most dominant segment in the decision to buy a product toothpaste. Method of data analysis descriptive analysis and factor analysis with output of rotation factors coefficient. The results of this research resulted in four component factors (Benefits and Social Environment) formed 4 factors namely :FaktorI is (DROZ1948)"Gums&Punched; Shining&Charming", FaktorII is (DRROSE) "Packaging&Advertising: Flavors&Colors", FaktorIII is (DSOFTUP)"The texture,Foam&Aroma&Price" and Faktor IV is (DRMINT)"Rot &Fresh"; all factor values are > 0.5. The empirical evidence scree plot graphs and Fit models demonstrate the adequacy of the data and worth as a determinant of consumer market segmentation*

**keywords:** *Segmentation, Behavior, Targeting, and Positioning*

**PENGEMBANGAN APLIKASI MANAJEMEN TOTAL BIAYA GABUNGAN DAN  
JUMLAH (LOT) PRODUKSI ANTARA PRODUSEN DAN KONSUMEN  
MENGUNAKAN MODEL *JOINT ECONOMIC LOT SIZE (JELS)*  
PADA INDUSTRI MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM)**

**Surya Darmawan dan Tri Widodo<sup>1</sup>**

email : surya.darmawan@uty.ac.id

email : triwidodo@uty.ac.id

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Teknologi Yogyakarta  
Program Studi Pendidikan Teknologi Informasi Universitas Teknologi Yogyakarta  
Jl. Ring Road Utara, Jombor, Sleman, Yogyakarta, Indonesia

**ABSTRAK**

Industri pengolahan makanan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sering mengalami masalah dengan produksi yang berlebihan atau tidak sesuai kebutuhan pasar. Hal ini mengakibatkan kenaikan biaya penyimpanan dan biaya produksi. Penggunaan metode Joint Economic Lot Size (JELS) diharapkan dapat mengetahui jumlah optimum (lot) yang harus diproduksi dan untuk meningkatkan efisiensi biaya produksi dan biaya penyimpanan. Pemanfaatan Teknologi Informasi (TI) menjadikan aplikasi komputer dapat mempermudah proses perhitungan total biaya gabungan antara produsen dan konsumen atau jumlah produksi yang optimum.

**Kata kunci:** Lot Produksi, UMKM, Joint Economic Lot Size JELS

**ABSTRACT**

*Food processing industries Micro Small and Medium Enterprises (MSMEs) often experience problems in excessive production or lack of production. This resulted in an increase in storage costs and production costs. The use of joint economic lot size (JELS) method is expected to know the optimum amount (lot) that must be produced and to increase the efficiency of production cost and storage cost. Utilization of Information Technology (IT) makes computer applications can simplify the process of calculating the total cost of the combination between producers and consumers or the number of optimum production.*

**keywords:** *Production lot, MSME, Joint Economic Lot Size (JELS)*

## STUDI TENTANG MINAT BELI PADA PRODUK HARDWARE DI SEMARANG

**Khusnul Kotimah dan Sri Rahayu Tri Astuti**

email : sr.triastuti73@gmailcom atau srirahayutri@undip.ac.id

Departemen Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis

Universitas Diponegoro Semarang

Jl. Prof. Soedharto, SH, Tembalang (Gedung A) Semarang

### ABSTRAK

Studi tentang minat beli pada produk Hardware di Kota Semarang adalah untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, desain produk, promosi dan persepsi harga terhadap minat beli produk Hardware yang berada di Kota Semarang. Hardware merupakan *brand* lokal yang sudah ada sejak tahun 1997. Perkembangan *fashion* di Indonesia yang semakin pesat menyebabkan persaingan yang semakin ketat. Hal ini dapat dilihat dari adanya penurunan penjualan dan tidak tercapainya target penjualan pada Hardware. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk, desain produk, promosi dan persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Hasil uji persamaan regresi adalah  $Y_1 = 0,473 X_1 + 0,266 X_2 + 0,122 X_3 + 0,194 X_4$ .

**Kata kunci:** kualitas produk, desain produk, promosi, persepsi harga, minat beli

### ABSTRACT

*Study of Purchase Intension at Hardware Semarang was to analyze the effect of product quality, product design, promotion and price perception on purchase intension of Hardware product located in Semarang. Hardware is a local brand that has existed since 1997. The development of fashion in Indonesia is rapidly increasing which caused fierce competition between businesses. This can be seen from the decline in sales and inability to achieve Hardware's sales target. The results of this study indicate that product quality, product design, promotion and price perception have a positive and significant effect on purchase intension. The result of regression equation is  $Y_1 = 0,473 X_1 + 0,266 X_2 + 0,122 X_3 + 0,194 X_4$ .*

**keywords:** *product quality, product design, promotion, price perception, purchase intension*

# PENGARUH KINERJA KEUANGAN TERHADAP PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL

**Tri Purwani**

tri.purwani@unaki.ac.id

Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas AKI

## ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membuktikan secara empiris pengaruh kinerja keuangan yang diukur dengan likuiditas, solvabilitas, aktivitas, dan profitabilitas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang bersumber dari laporan keuangan perusahaan yang menjadi sampel dalam penelitian ini. Populasi dalam penelitian ini adalah 489 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Dengan metode *purposive sampling* diperoleh sampel sebanyak 19 perusahaan yang memenuhi kriteria. Selanjutnya data dianalisis dengan menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kinerja keuangan yang diukur dengan rasio likuiditas, solvabilitas, aktivitas, serta profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Rasio likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Rasio solvabilitas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Rasio aktivitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Rasio profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

**Kata kunci** : kinerja keuangan, tanggung jawab sosial perusahaan

## ABSTRACT

*The purpose of this research to prove empirically effect the financial performance as measured by the liquidity, solvency, activity, and profitability on the corporate social responsibility disclosure. This study uses a quantitative approach derived from the financial statements of companies that becomes samples in this study. By the purposive sampling method there are 19 companies that fulfill the criteria. Data were analyzed by using the multiple linear regression analysis technique. The results of this study indicate that financial performance is measured by the ratio of liquidity, solvency, activity and solvency significant effect on the corporate social responsibility disclosure. The liquidity ratio has positive and significant effect on corporate social responsibility disclosure. Profitability ratios has positive and significant effect on corporate social responsibility disclosure. The solvency ratio has negative and significant effect on corporate social responsibility disclosure. The ratio of the activity has positive and significant effect on corporate social responsibility disclosure.*

**keywords**: *financial performance, corporate social responsibility disclosure*

## **EKSPLORASI DUKUNGAN RASA KOMPETENS DOSEN DI PERGURUAN TINGGI**

**Devani Laksmi Indyastuti dan Tiara Puspa**

Devani20092010@gmail.com

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universtas Jenderal Soedirman

### **ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini adalah mengeksplorasi dukungan rasa kompetensi dosen dosen di perguruan tinggi. Dosen sebagai pemegang kunci kualitas perguruan tinggi perlu diperhatikan untuk meningkatkan faktor-faktor penentu kualitasnya. Rasa kompetensi merupakan kebutuhan mendasar dosen yang harus dipenuhi agar tidak menghambat pemberian kontribusi kualitas terhadap perguruan tinggi. Dukungan kebutuhan rasa kompetensi di penelitian penelitian sebelumnya khususnya spesifik lingkungan dosen masih diabaikan. Penelitian ini mengeksplorasi dukungan apa saja yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan ras kompetensi tersebut. Hasil riset dari wawancara mendalam 4 dosen menyarankan beberapa hal yang dapat dilakukan instansi, seperti misalnya sistem pengembangan kompetensi bersama, menghilangkan pekerjaan administrasi, meminimalan pekerjaan rutin, pemetaan kurikulum dan pengajaran, dukungan untuk pengembangan pengetahuan baru.

**Kata kunci:** Kompetensi, Dukungan Organisasi, Dosen, Perguruan Tinggi

### **ABSTRACT**

*The purpose of this study is to explore competence support for lecturers in universities. Lecturers hold a key role in university qualities, so the universities need to pay attention on the key factors that increasing lecturers' quality. The feel of compence is a human basic need that must be fulfilled in order to not hampered lectutereres' quality contribution for universities. Previous studies have not pay attention on competence support yet, in lecturer's enviroment particularly. This study is to explore the competence supports that needed for fullfilling lecturers competence. Our result from interviewieng four lecturers suggest that organization need to support compentece by implementing collaborative competency development system, deminishing adminitrative task, minimizing routines task, teaching and curricullum mapping, developing new knowledge capacity, and the other programs.*

**keywords:** *Competence, Organizational Support, Lecturers, Universities*



**IMPLEMENTASI METODE SAW DALAM SISTEM PENDUKUNG KEPUTUSAN  
PENILAIAN KINERJA KARYAWAN  
(STUDI KASUS PT BANDENG JUWANA SEMARANG)**

**Yani Prihati**

yani.prihati@unaki.ac.id

Fakultas Ilmu Komputer, Universitas AKI

**ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini adalah mengembangkan sebuah sistem pendukung keputusan sebagai alat bantu untuk melakukan penilaian kinerja karyawan. Hal ini didasarkan pada fakta bahwa dalam suatu perusahaan, salah satu faktor penting yang berpengaruh secara signifikan terhadap tercapainya tujuan perusahaan adalah karyawan sehingga perlu dilaksanakan penilaian kinerja dengan baik dan benar agar efektif dan efisien. Dalam penelitian ini sistem dikembangkan mengacu pada *system development life cycle (SDLC)* yang secara umum meliputi analisis, disain dan implementasi. Proses disain dilakukan dengan alat bantu *Unified Modelling Language (UML)*. Sistem pendukung keputusan yang dikembangkan mengimplementasikan metode *Simple Additive Weighting - SAW* karena kelebihan dari SAW dibandingkan dengan model pendukung keputusan yang lain terletak pada kemampuannya untuk melakukan penilaian secara lebih tepat karena didasarkan pada nilai kriteria dan bobot preferensi yang sudah ditentukan. Teknologi informasi dan komunikasi, dalam hal ini adalah komputer, dapat dimanfaatkan untuk melakukan penilaian kinerja karyawan melalui sebuah sistem pendukung keputusan. Dengan sistem pendukung keputusan penilaian kinerja karyawan dapat dilakukan dengan berdasarkan serangkaian tolok ukur yang realistik, berkaitan langsung dengan tugas dan kriteria dan objektif.

**Kata kunci:** penilaian kinerja, *Simple Additive Weighting*, sistem pendukung keputusan

**ABSTRACT**

*The purpose of this research is to develop a decision support system as a tool to conduct employee performance appraisal. This is based on the fact that in a company, one of the important factors that significantly affect the achievement of company objectives is the employee so that the need to conduct performance appraisal properly and correctly to be effective and efficient. In this study, the system was developed to refer to the system development life cycle (SDLC) which generally includes analysis, design and implementation. The design process is done with Unified Modeling Language (UML) tool. The decision support system developed implements Simple Additive Weighting - SAW method because the advantages of SAW compared to other decision support models lie in its ability to conduct assessments more precisely because it is based on predetermined criterion values and preference weights. Information and communication technology, in this case is a computer, can be utilized to conduct employee performance appraisal through a decision support system. With the decision support system employee performance appraisal can be done based on a series of benchmarks that are realistic, directly related to the task and criteria and objectives.*

**keywords:** *performance appraisal, Simple Additive Weighting, decision support system*

**PENGARUH KOMPETENSI DAN MOTIVASI TERHADAP KINERJA DENGAN  
KARAKTERISTIK PEKERJAAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI  
(STUDI PADA KANTOR BADAN KEUANGAN DAERAH KOTA TEGAL)**

**Tristiana Rijanti, Kis Indriyaningrum, dan Heri Prasetyo Nugroho**

tristianar@gmail.com

kis.indriyaningrum@yahoo.com

heriprasetyo84@gmail.com

Universitas Stikubank (UNISBANK) Semarang

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Kompetensi dan Motivasi terhadap Kinerja dengan moderasi Karakteristik Pekerjaan (Studi Pada Kantor Badan Keuangan Daerah Kota Tegal). Populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan Pegawai Badan Keuangan Daerah Kota Tegal sejumlah 105 pegawai. Teknik sampling yang digunakan adalah sensus. Data dikumpulkan dengan kuesioner dengan skala likert. Analisis data menggunakan SPSS versi 19 meliputi, uji instrumen analisis regresi linier berganda untuk uji t dan uji moderasi. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa kompetensi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja, motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja, karakteristik pekerjaan memoderasi pengaruh baik Kompetensi maupun Motivasi terhadap Kinerja.

**Kata Kunci :** Kompetensi, Motivasi, Karakteristik Pekerjaan dan Kinerja.

**ABSTRACT**

*This study examined the effect of competency and motivation on Performance with Job Characteristics as moderating variable (Study at Badan Keuangan Daerah Kota Tegal). The population in this study is the overall employee (105 employees) of Badan Keuangan Daerah Kota Tegal .The sampling technique used sensus. The technique of collecting data used questionnaires with likert scale. Data analysis used SPSS version 19.0 with instrument test, regression analysis,for hypothesis test and moderation test). The result showed that : Competency has a positively significantly influences on performance. Motivation has a positively significantly influences on performance. Job characteristics significantly moderates the influence of both Competency and Motivation on Performance.*

**keywords :** *Competency, Motivation, Job Characteritics, Performance*

**PENGARUH PENGEMBANGAN KARIR DAN PEMBERDAYAAN TERHADAP  
KINERJA DENGAN MOTIVASI SEBAGAI VARIABEL MEDIASI  
PADA PT JASA MARGA (PERSERO) TBK CABANG SEMARANG.**

**Kis Indriyaningrum, Tristiana Rijanti, dan Wiwit Kurniati**

kis.indriyaningrum@yahoo.com

tristianar@gmail.com

Wiwitkurniati195@gmail.com

Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Pengembangan Karir dan Pemberdayaan terhadap Kinerja dengan Motivasi sebagai Variabel Mediasi Pada PT JASA MARGA (Persero) Tbk Cabang Semarang. Populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan Pegawai PT JASA MARGA (Persero) Tbk Cabang Semarang sejumlah 165 pegawai. Teknik sampling yang digunakan adalah *random sampling*. Jumlah responden 62 pegawai. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner dengan skala likert. Analisis data menggunakan SPSS versi 19 meliputi, uji instrumen analisis regresi linier berganda untuk uji t dan uji mediasi. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa pengembangan karir tidak berpengaruh terhadap motivasi, pemberdayaan berpengaruh positif terhadap motivasi, pengembangan karir tidak berpengaruh terhadap kinerja, pemberdayaan berpengaruh negatif terhadap kinerja, motivasi berpengaruh positif terhadap kinerja. Motivasi bukan variabel mediasi baik pengaruh pengembangan karir terhadap kinerja maupun pemberdayaan terhadap kinerja.

**Kata Kunci** : Pengembangan Karir, Pemberdayaan, Motivasi, Kinerja

**ABSTRACT**

*This study examined the effect of Career Development and Empowerment on Performance with Motivation as mediating variable (Studi at PT JASA MARGA (Persero) Tbk Cabang Semarang). The population in this study is the overall employee(165 employees) of PT JASA MARGA (Persero) Tbk Cabang Semarang. The sampling technique used random sampling. Number of research respondent is determined as 62 respondents The technique of collecting data used questionnaires with likert scale. Data analysis using SPSS version 19.0 with instrument test, regression analysis,for hypothesis test and moderation test). The result showed that : Career Development hasn't influences on motivation, Empowerment has a positively influences on motivation, Career Development hans't influences on performance, Empowerment has a negatively on performance, Motivationt has a positively influences on performance, Motivation is not proven as a mediation variable either the influence of career development on performance or empowerment to performance.*

**keywords** : Career Development, Empowerment, Motivation, Performance

# PERAN *SOCIAL FACTOR* DAN KONDISI YANG MEMFASILITASI PEMAKAI DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN *ONLINE*

Surpiko Hapsoro Darpito dan Dwi Hari Laksana

dhlfeupn88@gmail.com

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui peran faktor sosial dan kondisi yang memfasilitasi pada sektor Usaha Kecil dan Menengah (UKM) DIY khususnya industri *furniture* dan *craft* dalam membangun hubungan pelanggan (*customer relationship management*), terutama pada pengaruh internet dalam sistem penjualan online untuk meningkatkan kepuasan dan niat pembelian produk. Metoda penelitian *survey* dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 250 konsumen yang pernah membeli *furniture* dan *craft* melalui media online yang tersebar pada 38 industri *furniture* dan *craft* UKM di Yogyakarta. Permasalahan yang dikaji adalah pengaruh keyakinan akan kemudahan dan keyakinan akan kemanfaatan pada niat pembelian (*usage intention*), pengaruh kepuasan pada niat pembelian, pengaruh faktor sosial (*social factor*) pada niat pembelian, dan pengaruh niat pembelian terhadap penggunaan internet, serta pengaruh kondisi yang memfasilitasi pemakai pada penggunaan internet. Teknik Analisis Data yang digunakan adalah Structural Equation Modeling (SEM). Peneliti berusaha mengidentifikasi apakah variabel-variabel dalam *Technology Acceptance Model* (TAM) mempengaruhi kepuasan konsumen dan apakah konsumen melakukan pembelian ulang melalui media online. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel-variabel dalam TAM mempengaruhi kepuasan konsumen namun tidak mempengaruhi niat beli konsumen untuk berbelanja online, niat belanja konsumen lebih dipengaruhi oleh faktor sosial yaitu teman, keluarga dan lingkungan. berkembangnya teknologi IT juga mempengaruhi konsumen untuk menggunakan internet dalam berbelanja online.

**Kata kunci:** Model penerimaan Tehnologi, Faktor Sosial, Manajemen Pelanggan, Keyakinan akan Kemudahan Penggunaan, keyakinan akan kemanfaatan, Niat pembelian

## ABSTRACT

*The purpose of this research is to determine the role of social factors and conditions that facilitate the sector of Small and Medium Enterprises (UKM) DIY especially furniture and craft industry in building customer relationship management, especially on the influence of internet in online sales system to increase satisfaction and product purchase intentions. The survey method was conducted by distributing questionnaires to 250 consumers who had purchased furniture and craft through online media spread over 38 SME furniture and craft industries in Yogyakarta. The problems studied are the influence of beliefs on the ease and belief in the usefulness of the intention of purchase (usage intention), the influence of satisfaction on purchasing intentions, the influence of social factors on purchasing intentions, and the influence of purchasing intentions on internet usage, user on internet usage. Data Analysis Technique used is Structural Equation Modeling (SEM). The researchers sought to identify whether the variables in the Technology Acceptance Model (TAM) affected consumer satisfaction and whether consumers re-purchased through online media. The results showed that the variables in TAM affect customer satisfaction but do not affect consumer purchase intention to shop online, consumer spending intention is more influenced by social factors of friends, family and the environment. the development of IT technology also affects consumers to use the internet in online shopping.*

**keywords:** *technology acceptance model, social factor, customer relationship management, perceived ease of use, perceived usefulness, usage intention*

## **PENGARUH PROFITABILITAS, STRUKTUR KEPEMILIKAN, DAN *INVESTMENT OPPORTUNITY SET* TERHADAP KEBIJAKAN DIVIDEN.**

**Azzah Wikansari Nastiti dan Nurfauziah**

azzahwikansari@gmail.com

nurfauziah@uui.ac.id

Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta

### **ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari profitabilitas, struktur kepemilikan, dan *investment opportunity set* terhadap kebijakan dividen. Struktur kepemilikan dalam hal ini adalah kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusional. Penelitian dilakukan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2014, dengan sampel 10 perusahaan diambil dengan metode *purposive sampling*. Data menggunakan data sekunder. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas, kepemilikan manajerial, dan kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap kebijakan dividen, sedangkan *Investment opportunity set* berpengaruh positif terhadap kebijakan dividen.

**Kata kunci:** profitabilitas, kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, *investment opportunity set*

### **ABSTRACT**

*The purpose of this study is to examine the effect of profitability, ownership structure, and investment opportunity set on dividend policy. Ownership structure used in this study is insider ownership and institutional ownership. The population in this study are all manufacture companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2012-2014. the data that used in this research was secondary data and selected by using purposive sampling method. Analysis model using multiple linier regression analysis. The sample used in this study were 10 companies. The analysis showed that profitability, insider ownership, and institutional ownership do not effect to dividend policy. Investment opportunity set is positive effect on dividend policy.*

**keywords:** *profitability, insider ownership, institutional ownership, investment opportunity set*

## **PENINGKATAN AKSES KEUANGAN DALAM RANGKA PENGUATAN DAYA SAING UMKM**

**Akhmad Sakhowi dan Chalimah**  
sakhowi@yahoo.com chalimah@unikal.ac.id  
Fakultas Ekonomi, Universtas Pekalongan

### **ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui peran keuangan inklusi dalam pengembangan UMKM, secara khusus penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis, *pertama* penyaluran kredit/pembiayaan perbankan kepada UMKM perpropinsi dari tahun 2012 – 2016, *kedua* peranan akses keuangan atau perbandingan kredit/pembiayaan UMKM dengan kredit bank umum perpropinsi tahun 2012-2016, *ketiga* perkembangan sebaran kantor bank umum sebagai bukti peningkatan akses keuangan. Hasil studi menunjukkan bahwa pembiayaan/kredit bank umum untuk UMKM perpropinsi tumbuh dari tahun 2012 s/d 2016 berturut turut sebesar 15 %, 16 %, 10 %, 10 %, 8 %, sementara jumlah kredit perbankan mendorong perluasan pelayanan (peningkatan inklusi keusngan) melalui indikator sebaran kantor bank umum.

**Kata kunci:** Kredit UMKM, Sebaran kantor , dan inklusi keuangan.

### **ABSTRACT**

*The purpose of this research is to know the role of financial inclusion in the development of SMEs, specifically this research to know and analyze, the first distribution of credit / bank financing to SMEs of the provinces from 2012 to 2016, the second the role of financial access or comparison of credit / financing of UMKM with bank credit General of the provinces of 2012-2016, the third development of distribution of commercial bank offices as evidence of increased access to finance. The results of the study show that the financing / credit of commercial banks for the provincial SMEs grow from 2012 to 2016 respectively by 15%, 16%, 10%, 10%, 8%, while the amount of banking credit encourages the expansion of services (increased fiancial inclusion ) through indicators of distribution of commercial bank offices.*

**keywords:** *Credit for SMEs, distribution of commercial bank offices, and Financial Inclusion*

## **SIKAP, NORMA SUBYEKTIF DAN KONTROL PERILAKU NASABAH BANK SAMPAH**

**Arief Helmi dan Rawindra**  
arief.helmi@unpad.ac.id  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Padjadjaran

### **ABSTRAK**

Melalui proses daur ulang, sampah memiliki nilai ekonomi yang tinggi. Sebagian masyarakat telah menjadi nasabah bank sampah. Melalui *Theory of Planned Behavior* (Ajzen & Fishbein, 1980) studi ini dilakukan untuk mengungkap sikap, norma subyektif dan Kontrol Perilaku masyarakat yang menjadi nasabah bank sampah serta masyarakat yang memilih tidak menjadi nasabah bank sampah. Penelitian ini menggunakan 100 responden terbagi menjadi 50 responden nasabah bank sampah dan 50 responden non nasabah bank sampah sebagai sampel dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa dari variabel Sikap nasabah dan non nasabah terhadap perilaku daur ulang tidak jauh beda. Tetapi, pada variabel norma subyektif dan control perilaku terdapat perbedaan antara nasabah dan non nasabah bank sampah yang cukup signifikan.

**Kata Kunci** : Sikap, Norma Subyektif, Kontrol Perilaku, Bank Sampah

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, *WORD OF MOUTH*, DAN  
LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
( Studi pada konsumen Pos Ketan Legenda 1967 di Semarang )**

**Imroatul Khasanah dan Muhammad Arifin**

Email: imroatulkhasanah99@gmail.com

Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro

Jl. Prof. Soedarto, SH Gedung A Semarang

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh dari variabel independen kualitas pelayanan, word of mouth dan lokasi terhadap variabel dependen, yaitu keputusan pembelian. Sampel dalam penelitian ini sejumlah 100 konsumen. Teknik yang digunakan dalam pengambilan responden adalah accidental sampling. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik regresi berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan, word of mouth, dan lokasi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Pos Ketan Legenda 1967 di Semarang.

**Kata kunci** : kualitas pelayanan, word of mouth, lokasi, keputusan pembelian.

**ABSTRACT**

*The purposed of this study was to analyze the influence of independent variables of the service quality, word of mouth and location through the dependent variables is a purchasing decision . A sample of this study is 100 consumens. The technique used in sampling is an accidental sampling. Data analysis in this study using multiple linear regression techniques. The results of this study indicate that the variable service quality, word of mouth, and location has positive influence and significant on purchasing decisions to Pos Ketan Legenda 1967 in Semarang.*

**keywords**: service quality, word of mouth, location , purchasing decisions.



## **ASIMETRI PERSEPSI KONFLIK INTRAGRUP TERHADAP PERILAKU DISFUNGSIONAL TIM: PENDEKATAN BERBASIS-PERSEPSI**

**Supia Yuliana**

e-mail: [supiayuliana@gmail.com](mailto:supiayuliana@gmail.com)  
Politeknik Sendawar

### **ABSTRAK**

Konflik merupakan proses intrinsik dalam dinamika organisasi, hadir pada tingkat interpersonal, tingkat kelompok dan tingkat organisasi. Penulis membangun kerangka konseptual dengan menggunakan pendekatan berbasis persepsi untuk memperluas perspektif pemahaman dalam studi konflik. Kerangka konseptual ini mengajukan asumsi pemisahan kedua jenis persepsi konflik, yaitu asimetri persepsi konflik tugas dan asimetri persepsi konflik hubungan, serta prediksi jumlah asimetri persepsi jenis konflik yang mungkin terjadi lebih banyak di dalam kelompok. Selain itu, model konseptual yang diperkenalkan dibangun dengan asumsi yang berbeda dari hasil penelitian asimetri yang telah dilakukan sebelumnya, dengan menekankan pada pengujian konflik terhadap hasil proksimal yang termanifestasi dalam perilaku, yaitu perilaku disfungsi tim. Dengan demikian, kerangka konseptual ini menawarkan asumsi bahwa asimetri persepsi jenis konflik tidak selalu berefek negatif terhadap perilaku disfungsi tim.

**Kata kunci:** asimetri konflik intragrup, asimetri persepsi konflik tugas, asimetri persepsi konflik hubungan, perilaku disfungsi tim, pendekatan berbasis persepsi.

## PENGARUH ZAKAT MAAL TERHADAP TINGKAT KESEJAHTERAAN MUSTAHIQ DI YATIM MANDIRI KEDIRI

Siti Nur Mahmudah, Tika Widiastuti, dan Imron Mawardi

nurmaaja2@gmail.com<sup>1</sup>, tika.widiastuti@feb.unair.ac.id<sup>2</sup>, ronmawardi@feb.unair.ac.id<sup>3</sup>

Department of Economics, Airlangga University, Surabaya,

### ABSTRAK

Yatim Mandiri merupakan salah satu lembaga yang menangani masalah zakat, yang juga merupakan salah satu Lembaga Pengelola Zakat Nasional yang telah memiliki legalitas melalui aspek legal formal yang didirikan pada tahun 2008. Dibandingkan dengan lembaga infaq lainnya, yang mana Yatim Mandiri lebih mengkhususkan membantu yatim. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui teknis penyaluran zakat maal, tingkat kesejahteraan masyarakat, dan pengaruh zakat maal terhadap tingkat kesejahteraan masyarakat (*mustahiq*) di Lembaga Yatim Mandiri. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif yang bersifat deskriptif yakni berupa angka dan statistik. Sumber data diperoleh dari hasil angket yang disebarkan pada *mustahiq* yang telah menerima bantuan dari zakat maal dan data tambahan berupa dokumen. Analisis dilakukan dengan cara pengujian validitas & realibilitas Instrumen penelitian, uji normalitas, analisis korelasi, analisis regresi linier sederhana, dan terakhir uji t. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa variabel zakat maal (X) dan variabel tingkat kesejahteraan masyarakat (Y) berdistribusi normal, dilihat dari plot yang titik-titiknya mengikuti garis sumbu. Dari analisis menggunakan *Korelasi Pearson Product Moment* mengemukakan bahwa nilai r sebesar 0,787, artinya hubungan antara variabel zakat maal (X) dan variabel tingkat kesejahteraan masyarakat (Y) adalah searah. Sedangkan dari analisis menggunakan rumus *Regresi* menghasilkan model persamaan  $Y = 15,764 + 0,690x$ . Kesimpulannya penelitian ini menerima  $H_a$ , artinya terdapat pengaruh zakat maal terhadap tingkat kesejahteraan masyarakat di Lembaga Yatim Mandiri.

**Kata kunci :** Zakat Maal, Kesejahteraan Masyarakat.

# ESTIMASI KEBUTUHAN *CASH HOLDING* MODEL DINAMIS PADA PERUSAHAAN PUBLIK NON KEUANGAN DI INDONESIA

**Ernie Hendrawaty**

ehendrawaty@gmail.com

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Lampung

## ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini menguji secara empiris faktor-faktor yang mempengaruhi cash holdings normal perusahaan non keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, sehingga dapat diketahui apa saja yang menjadi motivasi perusahaan menahan kas, apakah motif kebutuhan operasi atau transaksi, motif kebutuhan investasi atau motif berjaga-jaga. Untuk mencapai tujuan dari penelitian, peneliti menggunakan model regresi dinamis. Cash holding model regresi dinamis mengadopsi suatu pendekatan yang mengakui bahwa proses penyesuaian menuju cash holding normal (target) mengalami suatu proses penyesuaian terhadap perubahan-perubahan yang terjadi pada karakteristik perusahaan dan atau perubahan-perubahan kejutan (shocks) yang terjadi secara random sehingga terjadi penundaan (lag). Pada model panel dinamis menunjukkan bahwa model estimasi cash holdings yang konsisten adalah menggunakan Estimated GLS/Feasible GLS dengan pemodelan cross-section fixed effect. Hasil dari model data panel dinamis menunjukkan bahwa perusahaan dengan GROWTH yang tinggi, SIZE yang besar, RV yang tinggi, CFLOW yang tinggi, variabel aset lancar sebagai substitusi kas (CONVERT) yang tinggi dan membayar dividen (DDIV\_DPS) akan menahan cash holdings lebih banyak. Sedangkan perusahaan yang mengeluarkan Capital expenditure (CAPEX) yang tinggi, Leverage (LEV) yang tinggi, serta aset berwujud (TANGIBLE) yang tinggi akan menahan cash holdings yang lebih sedikit. Dengan demikian hasil pengujian mendukung hipotesis mengukumulasi cashholdings adalah motif transaksi dan motif berjaga-jaga

**Kata kunci:** cash holding, cash holding model dinamis, motif transaksi, motif berjaga-jaga

## ABSTRACT

*The purpose of this research to examine factors that affect normal cash holdings of non-financial companies listed on the Indonesian Stock Exchange. There are three main factors affect cash holding needed for operations or transactions, investment needs and precaution needs. To achieve the aim of the research, researcher use dynamic regression model. Cash holding dynamic regression model adopts an approach that adjustment process toward a normal cash holding) undergoes a process of adjusting to changes that occur in the firm's characteristics and / or shocks that occur randomly resulting in delays (Lag). The dynamic panel model shows that a consistent cash holdings estimation model is using Estimated GLS / Feasible GLS with cross-section fixed effect modeling. The results of the dynamic panel data model show that firms with high GROWTH, large SIZE, high RV, high CFLOW, current asset variables as high CONVERT substitutes and pay dividends (DDIV\_DPS) will hold more cash holdings. While companies that issue high Capital Expenditure (CAPEX), high Leverage (LEV), and high tangible assets (TANGIBLE) will hold less cash holdings. Thus the test results support the hypothesis of hold cash is transaction and precautionary motives*

**keywords:** Cash holding, dynamic cash holding model, transaction motive, precautionary motive

# MODEL MOTIVASI MENURUT HERZBERG, ALDERFER DAN VROOM TERHADAP KINERJA KARYAWAN BAGIAN PRODUKSI

**Nining Purwatmini**

purwa\_atma@yahoo.com

Akademi Sekretari & Manajemen “BINA INSANI”,  
Bekasi

## ABSTRAK

Tulisan berikut mencoba melihat bahwa teori motivasi dua faktor Herzberg, teori ERG Alderfer dan teori ekspektansi Vroom, dapat dipakai sebagai dasar pemotivasi bagi karyawan bagian produksi dalam sebuah industri manufaktur. Meskipun telah banyak ahli yang menyampaikan berbagai teori motivasi kontemporer, namun teori motivasi konvensional tersebut di atas masih mumpuni dipakai sebagai dasar pemberian motivasi bagi para karyawan, terutama terkait dengan tingkat produktivitas karyawan. Tulisan merupakan *preliminary design* penelitian, dan berharap mendapat masukan tentang variabel, dimensi dan indikator yang akan dipakai.

**Kata kunci:** motivasi, produktivitas, Herzberg, Alderfer dan Vroom.

## ABSTRACT

*This essay views that Herzberg's two factor motivation theory, Alderfer's ERG motivation theory as well as Vroom's expectancy theory could be use as bases to motivate employees in production unit of a manufacture industry. Although many experts have since come out with newer contemporary motivational theories, those three conventional ones are still suitable to base effort in motivating employees in particular to increase their productivities. This is a preliminary research design which hope to gain inputs about variables, dimenions, and indicators to be used.*

**keywords :** motivation, productivity, Herzberg, Alderfer, and Vroom.

# ANALISIS PENGARUH KEADILAN ORGANISASIONAL TERHADAP KINERJA DAN KEPUASAN KERJA

Agus Faryandi dan Titik Nurbiyati

titikbiyati@gmail.com

Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia Yogyakarta

## ABSTRAK

Dalam meningkatkan kinerja karyawan dengan baik dan optimal, dibutuhkan pengetahuan akan faktor apa saja yang dapat meningkatkan kinerja karyawan. Oleh sebab itu, tujuan dari penelitian ini ingin membuktikan sejauh mana pengaruh keadilan organisasional (prosedural, distributif dan interaksional) terhadap kinerja karyawan dengan menggunakan kepuasan karyawan sebagai variabel intervening. Responden diambil dari karyawan Mato Kopi, Secangkir Jawa dan Bento Group. Analisis data menggunakan analisis regresi berganda dengan populasi sensus 55 responden. Hasil penelitian menjelaskan bahwa variabel keadilan prosedural dan keadilan interaksional berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kinerja karyawan. Sedangkan keadilan distributif berpengaruh tidak signifikan terhadap kinerja. Keadilan distributif dan keadilan interaksional berpengaruh signifikan terhadap kepuasan karyawan. Sedangkan keadilan prosedural berpengaruh tapi tidak signifikan terhadap kepuasan karyawan. Keadilan distributif berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan melalui kepuasan karyawan.

**Kata Kunci:** keadilan prosedural, keadilan distributif, keadilan interaksional, kepuasan karyawan dan kinerja

## ABSTRACT

*To increase a good and optimal employees performance, it was needed a knowledge what factor can increase employees performance. Therefore, purpose of this research was whould argued how far organisational justice (prosedural justice, distributif justice and interactional justice) effect to employees perfomance with empployees satisfaction as intervening variable. The respondent picked out from Mato Kopi's employees, Secangkir Jawa employees, and Bento Group employees. Data analisys used multiple regression analisys with population 55 respondent. The result of this research explained that prosedural justice and interactional justice showed significant effect to employees performance in a partial manner. While, distributive justice was not significant effect to employees performance. Distributive and interactional justice showed significant effect to employees satisfaction. While, prosedural justice show did not significant effect to employees satisfaction. And distributive justice showed significant effect to employees performance through employees satisfaction.*

**keywords:** *prosedural justice, distributive justice, interactional justice, employees performance and employees satisfaction*

## PENERAPAN SIX SIGMA DI PT POS INDONESIA

Umi Kaltum, Kiyadhira Abghiazka Aryienno, dan Wa Ode Zusnita

Umi.kaltum@gmail.com

kiyanaryienno@yahoo.com

Waode.zusnita@unpad.ac.id

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Padjadjaran

### ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui penerapan Six Sigma dalam mengurangi *defect* dan *waste* pemrosesan kiriman produk prioritas di PT Pos. Penerapan Six Sigma di Kantor Pos Bandung menggunakan pendekatan *Define-Measure-Analyse-Improve-Control* (DMAIC). Penelitian ini dilakukan karena ditemukan cukup banyak keluhan pelanggan terkait keterlambatan kiriman produk prioritas di Kantor Pos Bandung. Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus. Pengumpulan data melalui observasi langsung dan wawancara di bagian Pelayanan Kantor Pos Bandung. Penelitian ini menghasilkan dua penemuan: (i) Proses pelaksanaan pengolahan kiriman prioritas di PT Pos Indonesia saat ini meliputi lima tahap, yaitu *collecting*, *processing*, *transporting*, *delivering*, serta *reporting*; (ii) Melalui penerapan Six Sigma, diketahui bahwa aspek keterlambatan menjadi *Critical to Quality* untuk diperbaiki. Kinerja proses Kantor Pos Bandung saat ini adalah sebesar 2,05 sigma, di mana seluruh kesalahan penyebab keterlambatan pengiriman berasal dari komponen SDM. Masalah-masalah yang disebabkan *human error* dapat dicegah dengan dilakukannya pengecekan berlapis oleh pegawai yang terlibat serta dukungan sarana prasarana yang mumpuni. Kinerja fasilitas yang sudah ada pun sebaiknya ditingkatkan dengan peningkatan frekuensi *maintenance*.

**Kata Kunci:** DMAIC, jasa, kualitas, *Six Sigma*

**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE INSTAN  
(Studi pada Mahasiswa di Surakarta)**

**Sudarwati**

sudarwatiuniba@gmail.com

Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Batik Surakarta

**ABSTRAK**

Produk mie instan adalah salah satu produk makanan cepat saji yang semakin lama semakin banyak digemari masyarakat karena kemudahan dalam hal penyajiannya. Demikian juga bagi kalangan mahasiswa yang sebagian besar berdomisili jauh dari orang tua, produk ini merupakan makanan cepat saji yang biasa dikonsumsi karena harganya yang terjangkau, mudah didapatkan dan sifatnya yang tahan lama. Dengan semakin banyaknya mie instan yang ada di pasaran berarti memberikan keleluasaan bagi konsumen untuk memilih merk yang sesuai dengan keinginannya. Oleh karena itu perlu bagi perusahaan untuk menganalisis perilaku konsumen mie instan untuk mengetahui pola pembeliannya. Penelitian yang akan dilaksanakan bertujuan untuk mengetahui pengaruh kemasan, rasa, merk dan harga terhadap keputusan pembelian mie instan. Penelitian menggunakan metode survey, yaitu menganalisis perilaku mahasiswa di Surakarta. Teknik pengumpulan data melalui questioner yang diberikan kepada responden. Pengambilan sampel dilakukan dengan cara *purposive random sampling*. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 orang mahasiswa yang berasal dari 3 universitas di Surakarta, yaitu Universitas Islam Batik (UNIBA), Universitas Sebelas Maret (UNS) dan Universitas Surakarta (UNSA). Teknik analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah analisis regresi berganda, uji t, uji F dan koefisien determinan dengan program SPSS. Hasil penelitian ini adalah terdapat pengaruh yang sangat signifikan antara variabel kemasan, rasa, merk, dan harga, secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian. Secara parsial tidak ada pengaruh yang sangat signifikan antara kemasan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan ada pengaruh yang sangat signifikan antara rasa dan merk terhadap keputusan pembelian. Variabel kemasan, rasa, merk, dan harga memberikan kontribusinya sebesar 71,20 % terhadap keputusan pembelian. Sedangkan sisanya sebesar 28,80 % dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian.

**Kata kunci :** Perilaku Konsumen, Keputusan Pembelian.

**ABSTRACT**

*Instant noodle product is one of the fast food products which are getting popular in the community for its easy serving. In students' community who live apart from parents, this is daily fast food they are accustomed to consume for its reasonable price, it is easy to get and it is durable product. The more noodle products in the market, the more chances they choose them. Therefore, it is necessary for the company to analyze consumer of instant noodle's behavior to know the pattern of purchase. The research aims at determining the influence of packaging, taste, brand, and price to the decision of buying instant noodle. The research employs survey method; it is useful to analyze students' behavior in Surakarta. Data collecting technique are using questionnaire. The researcher uses purposive random sampling. The sample of the research is 100 students which come from three universities; Universitas Islam Batik (UNIBA), Universitas Sebelas Maret (UNS) dan Universitas Surakarta (UNSA). Data analysing technique to make hypothesis are multiple regression analysis, t test, F test and determinant coefficient using SPSS program. The research finding shows that there is significant influence among variable of packaging, taste, brand, and price in consumers' buying decision. Whereas partially, there is no influence between packaging and consumers' decision. On the other side, there is significant influence between taste and brand in consumers' decision. Variable of packaging, taste, brand, and price contribute 71.20% in consumers' decision whereas the rest, 28.80 influenced by other variables outside the research.*

**keywords:** *Consumer Behavior, Purchase Decision*

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI TINGKAT CASH HOLDING  
PADA BANK UMUM YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA  
TAHUN 2011-2015**

**Reni Silaen dan Prasetyono**

Departemen Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro  
Jl. Prof. Soedharto SH, Semarang 50275

**ABSTRACT**

*This research aims to analyze the influence of creditor's payment period (CPP), debtor's collection period (DCP), leverage (LEV), profitability (ROE), size (SIZE) and bank age (AGE) on cash holding in commercial banks listed on the Indonesian Stock Exchange. The population of this research is commercial banks listed on the Indonesian Stock Exchange period 2011-2015. The types of data used are secondary data and sample determination used the method of purpose sampling. The analytical tool used is panel data regression. The result shows that creditor's payment period, debtor's collection period and bank size has a significant effect on cash holdings, but leverage, profitability, and bank age does not has significant effect on cash holding.*

**keywords** : *Creditor's Payment Period, Debtor's Collection Period, Leverage, Profitability, Size, Bank Age, Cash holding.*



**ANALISIS PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING, CONTENT-MARKETING, ONLINE BRANDING, BRAND TRUST ONLINE, BRAND ENGAGEMENT, BRAND-EQUITY ONLINE*, TERHADAP *CONSUMER-DECISION MAKING* PADA STARTUP USAHA KECIL MENENGAH DI SURABAYA**

**Maria Mia Kristanti**

miagnews@gmail.com

Fakultas Bisnis Unika Widya Mandala Surabaya

**ABSTRAKSI**

Strategi Pemasaran merupakan aktifitas krusial bagi ketahanan dan kesuksesan usaha. Pada usaha kecil, pemasaran sangat bergantung pada rekomendasi dari mulut ke mulut untuk mendapatkan pelanggan (Stokes & Lomax, 2002). Pada perkembangan ekonomi saat ini, usaha kecil memiliki karakteristik pembeda dalam hal relasi, teknologi, dan jaringan kerja (Walsh & Lipinski, 2009). Sejumlah strategi pemasaran agar dapat meraih peluang telah tersedia untuk usaha kecil, seperti *networking* and *word of mouth marketing*. Peluang untuk usaha kecil bergantung pada jaringan kerja dengan pelanggannya. *Networking* berperan besar pada aktifitas pemasaran usaha kecil dan sangat penting pada tahap positioning, pengembangan, dan pertumbuhan usaha. Pada usaha kecil, pemasaran sangat bergantung pada luasnya jaringan kontak personal dengan pelanggannya. Selain itu juga bergantung pada rekomendasi dari mulut ke mulut untuk meraih pelanggan barunya. Pemasaran *word of mouth* memberikan peluang pada pelanggan usaha kecil untuk berkomunikasi tentang produk, dan memfasilitasinya pada saluran yang tepat. Penelitian ini merupakan *research problem*, dimana terdapat deviasi antara target dengan realisasi jumlah penjualan, serta jumlah pelanggan usaha kecil yang mengutilisasikan media sosial sebagai strategi pemasaran usahanya. Dalam penelitian ini permasalahan akan dianalisis dari kinerja pemasaran merek, karena usaha kecil sangat rentan terhadap manajemen kesadaran merek konsumennya. Adapun tujuan penelitian ini adalah, untuk mengidentifikasi strategi yang dibutuhkan oleh usaha kecil untuk mengelola media sosialnya sehingga mampu meraih *customer engagement*.

**Kata Kunci:** Media Sosial, Kesadaran Merek, *Customer Engagement*.

# **PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN AKSES KEUANGAN TERHADAP KINERJA USAHA KECIL DAN MENENGAH DI KABUPATEN MANOKWARI**

**Jein Sriana Toyib**

jeintoyib@gmail.com

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universtas Papua

## **ABSTRAK**

Eksistensi usaha kecil dan menengah terbukti mampu bertahan dan menjadi roda penggerak ekonomi, terutama pasca krisis ekonomi tahun 2008. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh orientasi kewirausahaan dan akses keuangan terhadap kinerja usaha kecil dan menengah yang ada di Kabupaten Manokwari. Penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Populasi penelitian ini adalah seluruh usaha kecil dan menengah yang ada di Kabupaten Manokwari. Pengambilan sampel menggunakan pengambilan sampel secara acak sederhana. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dan wawancara langsung terhadap usaha kecil dan menengah di Kabupaten Manokwari. Teknik analisis data dalam penelitian ini dengan menggunakan analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Variabel Orientasi Kewirausahaan berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja UKM di Kabupaten Manokwari sedangkan Variabel Akses Keuangan tidak berpengaruh terhadap kinerja UKM di Kabupaten Manokwari.

**Kata kunci:** Orientasi Kewirausahaan, Akses Keuangan, Kinerja, UKM

## **ABSTRACT**

*The existence of small and medium enterprises proved able to survived and become the driving wheel of the economy, especially after the economic crisis of 2008. The purpose of this research to analyze the influence of entrepreneurial orientation and financial access on the performance of SMEs in Manokwari. This was a quantitative research, with associative research method. The research population was all SMEs listed in Department of Cooperatives and SMEs Manokwari District. Samples of SMEs were chosen using simple random sampling technique. Data were obtained by giving questionnaires and interviews to SMEs in Manokwari. Multiple regression analysis was applied for data analysis. Results of the study shows that entrepreneurial orientation have significant affect on the performance of SMEs in Manokwari but financial access have not significant affect on the performance of SMEs in Manokwari*

**keywords:** *Entrepreneurial Orientation, Financial Access, Performance, SMEs.*

## PENGARUH FAKTOR-FAKTOR KEUANGAN TERHADAP *LIFE SATISFACTION*

Gesti Memarista

gesti@petra.ac.id

Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Petra

### ABSTRAK

Penelitian ini mempunyai tujuan untuk mengetahui pengaruh faktor keuangan terhadap *life satisfaction* seseorang. Faktor keuangan dapat ditunjukkan oleh kepuasan keuangan, pengetahuan keuangan, dan konflik keuangan. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sejumlah 190 orang yang sedang bekerja, tetap berpendapatan, dan sedang berdomisili di Surabaya. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap *life satisfaction*. Variabel konflik keuangan berpengaruh negatif signifikan terhadap *life satisfaction*, sedangkan pengetahuan keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap *life satisfaction*. Responden diharapkan dapat memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi *life satisfaction*, sehingga responden dapat meningkatkan kenyamanan hidupnya. Selain itu, responden harus dapat membuat perencanaan keuangan yang baik dan benar supaya tercapai *life satisfaction* sesuai harapan.

**Kata kunci:** Faktor-Faktor Keuangan, Kepuasan Keuangan, Orang Pekerja

### ABSTRACT

This study has a purpose to determine the influence of financial factors toward life satisfaction. Financial factors can be demonstrated by financial satisfaction, financial knowledge, and financial conflicts. The sample used in this study is 190 working people and living in Surabaya. The method of analysis used in this study is multiple linear regression. The results of this study indicate that financial satisfaction has a significant positive affect on life satisfaction. Financial conflict variable has a significant negative affect on life satisfaction, while financial knowledge has no significant effect on life satisfaction. The respondents are expected to pay attention to the factors that influence life satisfaction, so that respondents can improve their life comfort. In addition, respondents should be able to make good and right financial planning to achieve life satisfaction as expected.

**keywords:** *Financial Factors, Life Satisfaction, Working People*

## MAKNA MENCIPTAKAN *IMPULSE BUYING* BAGI RITEL KECIL/UMKM

**Emah Nurzainul Hakimah dan Sri Aliami**  
emahakimah@unpkediri.ac.id, srialiami@unpkediri.ac.id  
Fakultas Ekonomi, Universitas Nusantara PGRI Kediri

### ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengungkap kesadaran peritel kecil/UMKM akan pentingnya menciptakan *impulse buying* pada usaha ritelnya yang dalam masa persaingan ketat dengan ritel besar. Penelitian merupakan studi kasus dalam upaya menunjukkan bagaimana sebenarnya dampak positif dari dijaganya faktor-faktor yang dapat menimbulkan *impulse buying* pada konsumen ritel kecil/UMKM. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan etnometodologi. Penelitian dilakukan dengan cara pengamatan langsung dan wawancara mendalam pada pelaku ritel kecil/UMKM yang ada di daerah Ngronggo Kota Kediri. Informan dipilih dengan kriteria 5 R. Pengamatan sendiri dilakukan di beberapa ritel yang tergolong kecil/UMKM, aplikasi dari memanfaatkan faktor-faktor yang dapat menstimulus terjadinya *impulse buying* yang selanjutnya dilakukan wawancara terbuka untuk mengungkapkan dampak pengelolaan faktor-faktor yang dapat menciptakan *impulse buying*. Hasil dari pengamatan dan wawancara mendalam pada penelitian ini menunjukkan bahwa dampak pengelolaan dari faktor-faktor yang dapat menimbulkan *impulse buying*, masih terkendala oleh pemahaman yang sangat minim tentang pemasaran ritel, khususnya tentang suasana toko, keragaman produk dan harga. Kondisi pengetahuan tentang pemasaran ritel yang sangat minim membuat mereka mengalami kesulitan ketika harus bersaing dengan ritel yang lebih besar.

**Kata kunci:** *impulse buying*, suasana toko, keragaman produk, harga, dan ritel kecil/UMKM

### ABSTRACT

*The purpose of this study is to reveal the awareness of small retailers / UMKM about the importance of creating impulse buying in retail business which in the period of intense competition with large retail. The study is a case study in an effort to show how the actual positive impact of guarding factors that can lead to impulse buying on small retail / SME consumers. This research is a qualitative research with etnometodology approach. The research was conducted by direct observation and in-depth interviews on small retailers / MSMEs in Ngronggo Kota Kediri. The informants were chosen with the criteria of 5 R. The observations were conducted in some small retail / MSMEs, the application of using factors that could stimulate the impulse bying which then conducted an open interview to reveal the impact of managing the factors that can create impulse buying. The results of these observations and in-depth interviews in this study indicate that the management impact of impulse buying factors is still constrained by a very minimal understanding of retail marketing, particularly about store moods, product and price chills. The lack of knowledge about retail marketing makes them difficult to compete with larger retailers.*

**Keywords:** *impulse buying, shop atmosphere, product variety, price, and small retail /UMKM*

# TEKA-TEKI KEBIJAKAN DIVIDEN PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR DI INDONESIA

Atikah Muna Naufina dan Abdur Rafik

atikahmuna@yahoo.com, abdurrafik@uii.ac.id

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia

## ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji berbagai teori kebijakan dividen dalam konteks perusahaan manufaktur di Indonesia. Berbagai teori kebijakan dividen seperti teori pensinyalan (*signaling theory*), teori keagenan (*agency theory*), teori siklus hidup (*life cycle theory*), teori dampak kelompok pajak (*tax clientele effect*), dan teori pelayanan (*catering theory*) diuji menggunakan regresi logit. Data teruji bersifat panel yang dihasilkan dari 123 perusahaan manufaktur selama periode 2012 sampai 2015. Hasil pengujian memberikan bukti bahwa di antara teori kebijakan dividen yang diujikan, perilaku kebijakan dividen perusahaan manufaktur di Indonesia lebih mengikuti apa yang dihipotesiskan teori pensinyalan (*signaling theory*) dan teori siklus hidup perusahaan (*life cycle theory*). Dengan kata lain, probabilitas perusahaan manufaktur di Indonesia untuk membayar dividen setiap tahunnya ditentukan secara positif oleh tingkat keuntungan yang dihasilkan dan seberapa besar ukuran perusahaan tersebut.

**Kata kunci:** teori kebijakan dividen, teori dampak kelompok pajak, teori keagenan, teori pelayanan, teori pensinyalan, teori siklus hidup

## ABSTRACT

*This study aims to examine the various theories of dividend policy in the context of Indonesian manufacturing companies. The various theories of dividend policy such as signaling theory, agency theory, life cycle theory, tax clientele effect theory, and catering theory are tested using ordinary logistic regression. The data are panel and are generated from 123 Indonesian manufacturing companies from 2012 to 2015. The results prove that among the theories tested, the dividend policy of the manufacturing companies in Indonesia is predominantly determined on the basis of signaling and life cycle theories. In other words, the probability of dividend payout of Indonesian manufacturing companies is positively determined by the rate of profitability and the size of the company.*

**keywords:** *dividend policy, agency theory, catering theory, life cycle theory, signaling theory, tax clientele effect theory*

## PERAN GURU SEBAGAI MEDIATOR EDUKASI KEUANGAN BAGI PARA SISWA TAMAN KANAK-KANAK

**Nanik Linawati**

nanikl@petra.ac.id

Program Manajemen Keuangan, Program Studi Manajemen,  
Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Petra

### ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini untuk mendeskripsikan peran guru Taman Kanak-kanak (TK) dalam mengkomunikasikan materi pembelajaran dan perannya untuk membawa perubahan karakter dalam diri para siswa TK, termasuk perubahan karakter keuangan. Salah satu karakter keuangan yang seharusnya dimiliki oleh setiap siswa TK, yaitu kebiasaan menabung. Namun realita kehidupan para guru TK masih berkisar pada pemenuhan kebutuhan sehari-hari dan masih memprioritaskan tujuan keuangan yang bersifat mendesak demi memiliki kehidupan yang layak.

**Kata kunci:** guru, taman kanak-kanak, mediator, dan edukasi keuangan

### ABSTRACT

*The purpose of this research was to describe the role of Kindergarten teachers in communicating learning materials and their role to bring character changes in kindergarten students, including changes in financial character. One of the financial characters that should be owned by every kindergarten students, namely the habit of saving. But the reality of the kindergarten teachers' lives still revolves around the fulfillment of everyday needs and still prioritizes the urgent financial goals in order to have a decent life.*

**keywords:** *teachers, kindergartens, mediators, and financial education*

# PENGARUH STRATEGI PROMOSI DAN STRATEGI HARGA TERHADAP MINAT PEMBELIAN ULANG DENGAN CITRA TOKO SEBAGAI PEMODERASI

**Ambar Kusuma Astuti dan Agustini Dyah Respati**  
ambarka@staff.ukdw.ac.id; agustini@staff.ukdw.ac.id  
Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Duta Wacana

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh strategi promosi dan strategi penetapan harga pada minat pembelian ulang dengan citra toko sebagai moderasi. Penelitian dilakukan di Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Respondennya berjumlah 115 orang. Pengukuran variabel penelitian menggunakan skala likert. Instrumen penelitian diuji dengan menggunakan validitas dan reliabilitas. Data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan statistik deskriptif, regresi linier berganda, dan Moderated Regression Analysis (MRA). Dari hasil uji statistik, setidaknya ada beberapa hasil yang bisa menjawab hipotesis penelitian. Pertama, strategi promosi mempengaruhi minat pembelian ulang di *modern ritel*. Kedua, strategi penetapan harga berpengaruh pada minat pembelian ulang pada *modern ritel*. Ketiga, interaksi strategi promosi dan strategi penetapan harga pada minat pembelian ulang pada *modern ritel* dimoderasi oleh citra toko.

**Kata kunci:** promosi, harga, citra, minat pembelian ulang

## ABSTRACT

*The study aims to examine the influence of promotion strategy and pricing strategy on repurchase intention with store image as moderator. The research was conducted in Yogyakarta Special Province (DIY) province. The respondents were 115 people. Measurement of research variables using a Likert scale. The research instrument was tested using validity and reliability. The data obtained were analyzed using descriptive statistics, multiple linear regression, and Moderated Regression Analysis (MRA). From the results of statistical tests, at least there are some results that can answer the research hypothesis. First, promotional strategies affect repurchase intention in modern retail. Second, pricing strategies have an effect on repurchase intention in modern retail. Third, the interaction of promotional strategy and pricing strategy on repurchase intention in modern retail is moderated by store image.*

**keywords:** Promotion, Price, Image, Repurchase Intention

**PENGARUH PEMBINAAN DISIPLIN DAN MOTIVASI KERJA  
TERHADAP KINERJA PEGAWAI NEGERI SIPIL  
PADA DINAS PENDIDIKAN, PEMUDA, DAN OLAHRAGA  
PEMERINTAH DAERAH KABUPATEN BANDUNG BARAT**

**H.R.M Juddy Prabowo dan Nursida Ropiya**

Email : yuddynh@ymail.com

Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Jenderal Achmad Yani  
Jl. Terusan Jenderal Sudirman Cimahi

**ABSTRAK**

Setiap organisasi baik swasta maupun pemerintah, harus memiliki visi dan misi yang mampu memberikan pelayanan yang terbaik kepada masyarakat, banyak aspek yang diduga dapat mempengaruhi di dalamnya diantaranya disiplin kerja, motivasi kerja, dan kinerja Pegawai Negeri Sipil. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pembinaan disiplin dan motivasi kerja terhadap kinerja Pegawai Negeri Sipil pada Dinas Pendidikan, Pemuda, dan Olahraga Pemerintah Daerah Kabupaten Bandung Barat. Metode penelitian kuantitatif, teknik pengumpulan data adalah wawancara, kuesioner, dan dokumentasi. Responden dalam penelitian ini berjumlah 60 orang PNS. Metode analisis yang digunakan adalah Analisis Jalur (Path Analysis). Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pembinaan disiplin secara parsial tidak terdapat pengaruh signifikan terhadap kinerja Pegawai Negeri Sipil, motivasi kerja secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja Pegawai Negeri Sipil dan secara simultan pembinaan disiplin dan motivasi kerja berpengaruh terhadap kinerja Pegawai Negeri Sipil pada Dinas Pendidikan, Pemuda, dan Olahraga Pemerintah Daerah Kabupaten Bandung Barat. Pimpinan pada Dinas Pendidikan, Pemuda, dan Olahraga Pemerintah Daerah Kabupaten Bandung Barat sebaiknya dapat meningkatkan kinerja pegawai melalui motivasi kerja

**Kata Kunci:** Pembinaan Disiplin, Motivasi Kerja, dan Kinerja



**KAJIAN BIAYA PERSEDIAAN DAN LOGISTIK  
KANTONG BELANJA BERBAHAN PLASTIK DAN DAUR ULANG  
DAN IMPLIKASINYA PADA PENGENDALIAN CEMARAN PLASTIK  
OLEH PERITEL MODERN DI WILAYAH JABODETABEK**

**Mohammad Annas**

Email : mohammad.annas@um n.ac.id

Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara

**ABSTRACT**

*Ministry notification on Surat Edaran Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan Direktorat Jenderal Pengelolaan Sampah, Limbah dan Bahan Berbahaya dan Beracun No. S.1230/PSLB3-PS/2016 tentang Harga dan Mekanisme Penerapan Kantong Plastik Berbayar, stated probation period of paid plastic shopping polybag start on February 2016 to May 2016, which was extended by Surat Edaran Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan Direktorat Jenderal Pengelolaan Sampah, Limbah dan Bahan Berbahaya dan Beracun Nomor SE.6/PSLB3/PS/PLB.0/5/2016 assigned to local authorities and Surat Edaran Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan Nomor SE.8/PSLB3/PS/PLB.0/5/2016 which was assigned to modern retailers. Unfortunately, Indonesian Retailer Association (Aprindo) discontinued the program for all over the country on October 1<sup>st</sup>, 2016 until firm regulation was issued by government, and community objections demanding transparency on how the revenue was proceeded and utilized at proper ways becoming main reasons, although retailers had been clearly stated the revenue would be used for community prosperities, and environmental issues, including non-recycle materials such as plastics, pvc and others. At the same time retailers had a quick actions cancelling shopping plastic polybag and ordered huge amount of quantity of recycle shopping bag as replacement during May to October 2016 involving huge investment as well. First year target would identify the implication of plastic shopping bag at jabodetabek, and second year would identify the alternatives of implementing green logistics to pursue a green wastage managed by retailers themselves, which could be done by providing green shopping bag for their customers, could also translated as environmental friendly shopping bag. The result shows the point of view gap between government and retailers on how retailers execute the program without further consideration on how customers would react upon the policy, particularly when the policy utilize small amount of money valued Rp. 200,- for a plastic bag could triggering an objection on how the revenue would be utilized by retailers, transparency would be an absolute issues to be settled. Further implications would be an extreme cost of recycled shopping bag production due to discontinuation of the paid plastic shopping polybag.*

**Keywords:** *green logistics, green wastage, green shopping bag, green operation, paid shopping bag, paid plastic shopping bag, plastic shopping bag, recycled shopping bag,*

## KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK SUSU ULTRA MILK DI KOTA SEMARANG

Imam Nuryanto, Guruh Taufan Hariyadi, dan Dian Kemalasari

imam.nuryanto@dsn.dinus.ac.id, guruh.taufan@dsn.dinus.ac.id, tn.atmodjo@gmail.com

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Dian Nuswantoro

### ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui keputusan pembelian konsumen pada produk susu Ultra Milk di Kota Semarang yang dipengaruhi oleh kualitas produk dan *brand image*. Jenis penelitian ini adalah *associative research*. Teknik pengambilan *sample* dalam penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling* yaitu teknik sampling berdasarkan kriteria (*purposive sampling*). Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Metode Analisis Regresi Linier Berganda digunakan dalam penelitian ini dengan tujuan untuk meneliti hubungan antara sebuah variabel dependen dengan beberapa variabel independen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan *brand image* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Ultra Milk telah menjadi *pioneer* dan *market leader* di industri susu cair dalam kemasan serta menguasai *market share* sebesar 46% yang menyisihkan sejumlah kompetitor di industri susu cair dalam kemasan. Dengan *market share* yang besar, Ultra Milk dapat mempertahankan perilaku pembelian konsumen dengan meningkatkan kualitas produk baik kemasan maupun komposisi produk serta melindungi *brand image* yang positif dibenak konsumen.

**Kata kunci:** Kualitas Produk, *Brand Image* dan Keputusan Pembelian

### ABSTRACT

*The purpose of this research is to know customer purchasing decision of Ultra Milk milk product in Semarang City which influenced by product quality and brand image. This research type is associative research. Sampling technique in this research using non probability sampling technique that is sampling technique based on criteria (purposive sampling). The sample used is 100 respondents. Multiple Linear Regression Analysis Method is used in this study with the aim to examine the relationship between a dependent variable with several independent variables. The results showed that product quality and brand image have a positive and significant influence on purchasing decisions. Ultra Milk has become a pioneer and market leader in the packaged dairy industry and has a 46% market share that put aside a number of competitors in the packaged dairy industry. With a large market share, Ultra Milk can maintain customer buying behavior by improving product quality both packaging and product composition and protecting a positive brand image in the minds of consumers.*

**keywords:** *Product Quality, Brand Image and Purchasing Decisions*

## **PENINGKATAN KINERJA TIM MELALUI TRANSFER PELATIHAN: PERAN ATASAN DAN KARAKTERISTIK PESERTA PELATIHAN**

**Diyah Dumasari, S.**

duma\_srg@yahoo.com

Sekolah Tinggi Manajemen PPM, Jakarta

### **ABSTRAK**

Artikel ini mengusulkan integratif model transfer pelatihan dan menguji pengaruh kinerja pra-pelatihan terhadap hubungan antara variabel karakteristik peserta pelatihan, variabel peran atasan dan variabel terkait transfer pelatihan. Model ini menunjukkan pentingnya peran atasan dan faktor tim dalam menganalisis hubungan antara karakteristik peserta pelatihan, transfer pelatihan dan kinerja tim. Artikel ini menjelaskan model transfer pelatihan yang mempertimbangkan kinerja tidak hanya sebagai variabel hasil, tetapi juga sebagai variabel anteseden diperlukan. Selain itu, diusulkan agar strategi yang berbeda diterapkan untuk mempromosikan perpindahan pelatihan berdasarkan tingkat kinerja pra-pelatihan karyawan.

**Kata Kunci** : transfer pelatihan, karakteristik peserta pelatihan, peran atasan, kinerja.

## DETERMINAN JUMLAH PENYALURAN KREDIT PERBANKAN DI INDONESIA

Nurhayati dan Reza Zattira

nurhayati@unej.ac.id

Rezazattira93@gmail.com

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, UNIVERSITAS JEMBER

### ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini untuk menguji pengaruh Non Performing Loan (NPL), Capital Adequacy Ratio (CAR), inflasi, suku bunga, dan kurs terhadap jumlah penyaluran kredit perbankan. Sampel yang digunakan adalah sepuluh perusahaan perbankan yang memiliki aset terbesar di Indonesia pada tahun 2010-2014, dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Metode penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pada variabel NPL memiliki pengaruh negatif terhadap jumlah penyaluran kredit, sedangkan CAR, suku bunga, inflasi, dan kurs tidak berpengaruh terhadap jumlah penyaluran kredit perbankan.

**Kata kunci:** NPL, CAR, suku bunga, inflasi, kurs, jumlah penyaluran kredit.

### ABSTRACT

*The purpose of this research to analyze the influence of Non-Performing Loan (NPL), Capital Adequate Ratio (CAR), inflation, interest rates and exchange rate to amount of lending. The sample are ten biggest asset banking company's in Indonesia in 2011-2014, using multiple regression analysis. The results showed that the variable NPL has a negative influence significantly to amount of lending, but CAR, interest rate, inflation, exchange rate have no effect on the amount of lendin.*

**keywords:** NPL, CAR, interest rate, inflation, exchange rate, amount of lending

# KAJIAN MODEL-MODEL PENGUKURAN KUALITAS LAYANAN DI PERGURUAN TINGGI

Rr Sita Dewi Kusumaningrum dan Rr Siti Muslikhah

sita.kusumaningrum@uii.ac.id

Program Diploma III, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia

## ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dan memetakan model-model pengukuran kualitas layanan yang telah diterapkan di perguruan tinggi. Saat ini, perguruan tinggi dituntut untuk mampu mengalokasikan sumber dayanya secara tepat sekaligus mengelola persepsi konsumen atas kinerja layanannya. Untuk itu, diperlukan *tools* yang dapat membantu mengukur dimensi kualitas layanan di perguruan tinggi. Berbagai penelitian mengenai kualitas layanan di perguruan tinggi sangat diperlukan baik secara praktis maupun teoritis. Meskipun masih relatif terbatas, terdapat berbagai model pengukuran kualitas layanan yang telah diterapkan di perguruan tinggi baik di Indonesia maupun di negara-negara lain. Berdasarkan hasil kajian berbagai sumber publikasi, penulis dapat mengidentifikasi empat model dasar pengukuran kualitas layanan di perguruan tinggi, yaitu *SERVQUAL*, *SERVPERF*, *HEdPERF*, dan *HESQUAL*. Masing-masing memiliki keunggulan dan keterbatasan untuk penerapannya.

**Kata kunci:** Kualitas Layanan; *SERVQUAL*, *SERVPERF*, *HEdPERF*, dan *HESQUAL*

## ABSTRACT

*This research aimed at identifying and mapping the models of service quality measurement that have been applied widely in higher education institutions (university level). Currently, higher education institutions are required to prioritize their resources as well as managing their customer's perceived quality. Therefore, it is imperatives for higher education institutions to employ any tools for measuring the dimension of service quality. Various studies on research quality at the level of higher education institutions are needed practically as well as theoretically. With its relatively limited number, there are various models of service quality measurement applied in higher education institution levels in Indonesia and other economies. Based on literature review from several publication resources, we have identified four basic models for measuring service quality in higher education institutions, namely *SERVQUAL*, *SERVPERF*, *HEdPERF*, and *HESQUAL*. Each model has its own advantages and limitations for its application.*

**keywords:** *Service quality; SERVQUAL, SERPERF, HEdPERF, and HESQUAL*

# DINAMIKA KEJUTAN BUDAYA PADA PROSES PENGGABUNGAN PERGURUAN TINGGI

Nidya Dudija, Fathul Himam, dan Achmad Sobirin  
nidyadudija@gmail.com

Program Doktor Ilmu Psikologi, Universitas Gadjah Mada  
Fakultas Psikologi, Universitas Gadjah Mada  
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Telkom  
Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia

## ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan pada sebuah Universitas swasta di Jawa Barat yang berasal dari penggabungan 4 Institusi. Tujuan penggabungan perguruan tinggi untuk efektif dan efisiensi dalam mengelola empat perguruan tinggi yang berada pada satu yayasan serta mendukung cita-cita yayasan untuk membentuk *World Class University*. Tujuan penelitian ini adalah untuk memahami hal-hal yang dirasakan pada proses dan setelah penggabungan perguruan tinggi, khususnya fenomena kejutan budaya yang dialami oleh civitas akademik. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi untuk mengungkap hal-hal yang dimaknai pada proses perubahan perguruan tinggi khususnya tahapan kejutan budaya yang dirasakan oleh civitas akademik setelah penggabungan Perguruan Tinggi. Wawancara dilakukan pada 10 orang subyek yang merasakan kondisi sebelum dan setelah penggabungan perguruan tinggi. Hasil yang diperoleh pada penelitian ini berupa dinamika kejutan budaya setelah penggabungan Perguruan Tinggi yang terdiri dari 4 tahap antara lain *detachment, culture shock, resilience, well-being*

**Kata Kunci:** Kejutan Budaya, Penggabungan Perguruan Tinggi

## ABSTRACT

*This research was conducted at a private university in West Java originating from the merging of 4 Institutions. The purpose of merging universities to be effective and efficient in managing four universities located on one foundation and supporting the ideals of the foundation to form World Class University. The purpose of this study is to understand the things perceived by employees, especially the cultural shock stage experienced by the academic community in the process and after the merging of universities. This research uses a qualitative method with phenomenology approach to reveal the things that are interpreted in the process of university change especially the shock stage of culture that is felt by the academic community after the merging of Higher Education. Interviews were conducted on 5 subjects who felt the condition before and after the merging of the college. The results obtained in this research are the dynamics of culture shock after the merging of universities consisting of 4 stages such as detachment, culture shock, resilience, well-being.*

**keywords:** Culture Shock, Merging Higher Education

**PENGARUH *PERCEIVED PRICE* KONSUMEN GEN Y TERHADAP *CHANNEL USAGE INTENTION* DENGAN *PERCEIVED VALUE* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI: STUDI PADA TO RETAIL ONLINE.**

**Phima Ruthia Dwikesumasari**  
phima\_ruthia@yahoo.com  
Fakultas Vokasi, Universitas Airlangga Surabaya

**ABSTRAK**

Perkembangan teknologi yang pesat mendorong perusahaan untuk menambah *channel* untuk memaksimalkan kontak dengan konsumen sehingga dapat melihat variasi produk dan merek. Hal ini mendorong perusahaan untuk menambahkan *online channel* untuk memperluas pasar dan mempermudah konsumen berbelanja. Penelitian ini melihat hubungan *channel usage intention* dengan *perceived value* dan *perceived price*, dimana *perceived value* merupakan variabel mediasi. Penelitian ini menggunakan 160 orang sampel wanita dari generasi Y yang memiliki *fashion consciousness* dan pernah membeli produk *fashion* secara *online*. Kuesioner diolah dengan menggunakan alat analisis PLS. Hasilnya adalah *channel usage intention* dipengaruhi secara langsung dan signifikan oleh *perceived value*. Variabel *perceived value* dipengaruhi oleh *perceived price* secara tidak signifikan. Hasil yang tidak signifikan ini dikarenakan adanya *brand familiarity* dan perbedaan karakteristik dari *online channel* dimana kedua variabel ini dapat ditambahkan sebagai variabel moderasi pada model untuk penelitian selanjutnya.

**Kata Kunci:** *Multichannel shopping, channel usage intention, perceived price, perceived value, GenY*

**ABSTRACT**

*The rapid technological developments encourage companies to add channels to maximize contact with consumers so that they can see product and brand variations. This encourages companies to add online channels to expand their market and it makes customer easier to shop. This study analyses the relationship of channel usage intention with perceived value and perceived price, whereas perceived value is the mediation variable. This study uses 160 female samples from Gen Y who have a fashion consciousness and have bought fashion products through online channel. The questionnaires were analysed using PLS. The result was channel usage intention influenced directly and significantly by perceived value. Perceived value were influenced by perceived price but the result was not significant. This result is due to brand familiarity and the different characteristics of the online channel where these two variables can be added as a moderating variable for further research.*

**keywords :** *Multichannel shopping, channel usage intention, perceived price, perceived value, GenY*

# MANAJEMEN KEUANGAN KELUARGA KELAS MENENGAH DI JEMBER

Hari Sukarno dan Laily Amah Faizah

harisukarno.feb@unej.ac.id, lailyafa8@gmail.com

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jember

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan dan menganalisis pola konsumsi, investasi, proteksi dan perencanaan hari tua keluarga masyarakat kelas menengah di Kabupaten Jember. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Informan yang gunakan 10 orang manajer keuangan keluarga yang terbagi menjadi informan kunci dan informan *snowball*. Jenis data adalah data primer, yang dikumpulkan dengan metode observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi. Analisis data menggunakan pendekatan deskriptif analitis dengan tahapan pengumpulan, reduksi dan penyajian data serta penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pola konsumsi keluarga digambarkan dalam tujuh aspek. Pertama, 10 keluarga rutin makan di rumah dan 8 keluarga diantaranya sesekali makan di luar. Kedua, enam keluarga memiliki aktifitas rutin berolahraga dan empat keluarga tidak memiliki. Ketiga, sepuluh keluarga sudah memiliki rencana pendidikan anak di masa mendatang. Keempat, seluruh keluarga sudah memiliki anggaran tetap untuk kebutuhan bulanan rumah tangga. Kelima, sepuluh keluarga memiliki alat transportasi roda dua dan empat keluarga memiliki roda empat. Keenam, sembilan keluarga memiliki aktifitas belanja pakaian secara kondisional. Ketujuh, ada tujuh keluarga rutin mengagendakan rekreasi bersama. Kebutuhan konsumsi memiliki alokasi anggaran terbesar. Pola investasi keluarga sudah bagus. Tidak satupun informan yang tidak memiliki investasi. Alokasi pendapatan untuk investasi berkisar 5%-30%. Pola proteksi diwakili oleh keikutsertaan keluarga dalam program asuransi. Terdapat empat keluarga yang sudah mengikuti jenis asuransi tertentu seperti asuransi kesehatan dan pendidikan. Artinya, kesadaran akan proteksi keluarga masih kurang. Untuk perencanaan hari tua, terdapat sembilan keluarga yang sudah memiliki. Mayoritas perencanaan hari tua berupa tunjangan dana pensiun yaitu sebanyak lima keluarga sedangkan empat keluarga menganggarkan secara pribadi.

**Kata kunci:** manajemen keuangan, keuangan keluarga, dan masyarakat kelas menengah.

## ABSTRACT

*Purposes of this research are to describe and analyze consumption, investment, protection, and retirement plans pattern of middle-class family in Jember Regency. This research was a qualitative descriptive analysis. Informants in this study were 10 managers of family financial in Jember, divided into key informants and snowball informants. The data analyzed in this study are primary data. Methods of data collection used are observation, deep interview, and documentation. Data analysis uses analytical descriptive approach with the stages of collection, reduction and presentation of data, and conclusions. The result of research shows that family consumption patterns of informant in Jember depicted in seven aspects. First, ten families of informant regularly eat at home and eight of them also occasionally eats outside. Second, six of them have routine sport activities and the rest of them does not have. Third, ten families have children education plans in the future. Fourth, ten families already have a fixed budget for monthly household needs. Fifth, ten families have two-wheeled vehicle (motorcycle) and four of them also has a four-wheeled vehicle (car). Sixth, nine of them have conditional clothes shopping activity. Seventh, seven of them have regular schedule of family trip. The consumption needs have the largest budget allocation. Ten families have good investment pattern and none of them has no investment. The amount of investment allocation is in range between 5%-30% of the total income of each family. The pattern of protection is represented by family participation in the insurance program. There are four families who have followed certain types of insurance such as health and education insurance. It can be said that the awareness of family protection is still low. There are nine families have had retirement plans. The majority of retirement plans are retirement benefit from the five ones, while the rest of them prefer to budget personally.*

**keywords:** financial management, family finance, and middle-class family



# STRATEGI INDONESIA: MENJADI SENTRAL (HUB) KEUANGAN SYARIAH GLOBAL

**Bedjo Santoso**

santosobedjo@unissula.ac.id

Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang (UNISSULA)

## ABSTRAK

Tujuan paper ini adalah untuk menemukan konsep generic strategi praktis Indonesia untuk menjadi hub keuangan global. Hal ini penting mengingat Presiden RI berkeinginan agar RI menjadi hub keuangan global, namun demikian, tidak ada literature, penelitian atau bahasan tentang strategi bagaimana Indonesia untuk menjadi *Hub* keuangan Syariah dunia. Paper ini *adalah library research*, yang berusaha menelusuri strategi praktis beberapa negara yang sudah advance perkembangan bank Syariah dan mapan infrastrukturnya. Metode *self simple subjective deductive* juga digunakan dalam kajian ini. Hasil kajian menunjukkan bahwa untuk menjadi hub keuangan Syariah Indonesia harus kuat dalam bidang regulasi dan jelas dalam visi pemerintah dalam pengembangan bank Syariah. Disamping itu diperlukan paling tidak tujuh prasyarat yang bersifat institusional dan infrastruktur agar posisi Indonesia secara bertahap menjadi Hub keuangan Syariah global.

**Kata Kunci:** Keuangan Syariah Islam, Global Strategy, Hub Keuangan, Pemerintah.

## ABSTRACT

*The purpose of the paper is to find the generic concept of Indonesia's practical strategy to become a global Islamic financial hub. This is important as the Indonesian President wishes that to be centre of global financial system, however, there is no previous literature, research or discussion on the strategy to achieve it. This paper basically, a library research which tries to trace the practical strategies of some countries that have advanced the development of Islamic financial system and established their infrastructure. A self-selected subjective deductive method was also used in this study. The results of the study indicate that to become a Shariah financial hub Indonesia must be strong in the field of regulation and clear in the vision of the government in the development of Islamic financial system. Besides that, it takes at least seven prerequisites that are institutional and infrastructure in order to position Indonesia gradually become a global Islamic financial Hub.*

**keywords:** *Islamic Financial System, Global Strategy, Financial Hub, Government.*

## PENGUATAN BERSAING PERGURUAN TINGGI MELALUI *KNOWLEDGE MANAGEMENT*

**Ratna Widiastuti**

ratna.widiastuti@eco.maranatha.edu ; ratna\_wid@yahoo.com  
Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha Bandung

### ABSTRAK

Perguruan tinggi sebagai tempat penyelenggaraan pendidikan bagi banyak mahasiswa dihadapkan pada kenyataan bahwa keberadaannya perlu dipertahankan. Satu cara yang dapat dilakukan yaitu dengan menjaga kualitas layanan melalui pengelolaan pengetahuan. Pengetahuan yang dikelola secara terus-menerus cenderung dapat memberikan hasil yang mampu memenuhi kebutuhan masyarakat yang selalu berubah. Ketertarikan siswa terhadap perguruan tinggi tertentu diantaranya kebermutuan pengetahuan yang akan diperoleh selama kuliah, sehingga mampu madiri di kemudian hari. Perkuliahan akan lancar dengan adanya transformasi pengetahuan yang dimiliki dosen kepada siswa, dengan demikian pengetahuan yang ditransformasikan perlu dipertahankan dan dikembangkan secara berkesinambungan seiring dengan berjalannya waktu. Pengelolaan pengetahuan yang dimiliki oleh dosen sebagai ujung tombak perguruan tinggi tidak lain adalah upaya mempertahankan keberadaan perguruan tinggi. Apabila hal tersebut dapat dilakukan maka akan menjadikan perguruan tinggi bermutu dan kemampuan bersaingnya menjadi semakin kuat.

**Kata kunci:** Persaingan, Perguruan Tinggi, *Knowledge* manajemen

### ABSTRACT

*Universities as a place of education for many students is faced with the fact that its existence needs to be maintained. One way that can be done by maintaining the quality of service through knowledge management. Continuously managed knowledge tends to deliver results that meet the needs of an ever-changing society. Student interest in certain universities such as the knowledge of knowledge that will be obtained during the lecture, so as to be able to madiri in the future. Lectures will be smooth with the transformation of knowledge possessed by the lecturers to the students, thus the transformed knowledge needs to be maintained and developed on an ongoing basis over time. Knowledge management is owned by lecturers as the spearhead of college is none other than the effort to maintain the existence of universities. If it can be done then will make the college quality and competitiveness becomes stronger.*

**keywords:** *Competition, Higher Education, Knowledge management*

## **MENGINVESTIGASI FENOMENA *GLASS CEILING*: MITOS ATAU FAKTA?**

**Sekar Cahyo Laksanti, Suharnomo, dan Mirwan Surya Perdhana**

email: mirwan@live.undip.ac.id

Departemen Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis,  
Universitas Diponegoro

### ***ABSTRACT***

*The aim of this research is to investigate the glass ceiling phenomenon among female managers in Central Java province, Indonesia. This research utilized qualitative-case study approach involving 6 participants from public and private sector companies in the city of Semarang, Central Java. The results demonstrated that female managers tends to balance their career and family. Several other aspect that is discussed in this study's finding includes gender discrimination, organizational climate, and educational attainment. Implication was also dicussed.*

***keywords:*** *Glass Ceiling, Women's Career, Qualitative Research, Case Study.*

# FAKTOR PRIBADI DAN KEPUASAN KERJA SEBAGAI PENENTU TERCAPAINYA KINERJA PEGAWAI

Aji Komarudin dan Wa Ode Zusnita Muizu

aji.komarudin@yahoo.com

waode.zusnita@unpad.ac.id

Universitas Nurtanio

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Padjadjaran

## ABSTRAK

Kinerja organisasi dapat terwujud, jika semua unsur dalam organisasi terkordinasi dan terintegrasi dengan baik, sesuai fungsi dan peranannya masing-masing. Salah satu penentu tercapainya kinerja organisasi adalah terwujudnya kinerja karyawan dalam organisasi. Elemen – elemen yang mendukung peningkatan kinerja karyawan dalam penelitian ini adalah faktor pribadi dan kepuasan kerja.. Hasil pra survey menunjukkan bahwa masih ditemukan sikap pegawai yang tidak memegang teguh amanah dan komitmen dalam melaksanakan tugas, banyaknya sorotan masyarakat terhadap kemampuan pegawai yang kurang responsif, dan banyaknya pegawai yang mangkir. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (i) untuk mengetahui dan menganalisis : (i) gambaran faktor pribadi, kepuasan kerja, dan kinerja pegawai, Dinas-dinas Kabupaten/Kota Propinsi Jawa Barat, (ii) pengaruh faktor pribadi dan kepuasan kerja terhadap kinerja pegawai Dinas-dinas di Tingkat Kabupaten/Kota Propinsi Jawa Barat, baik secara parsial maupun simultan. Metode penelitian yang digunakan adalah *descriptive survey* dan *explanatory survey*. Hipotesis dalam penelitian ini diuji dengan menggunakan *Structural Equation Model* (SEM), sedangkan untuk pengolahan data menggunakan program LISREL 8.72 (*Linier Structural Relationship*). Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa Faktor pribadi dan kepuasan kerja pegawai berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap kinerja pegawai. Sehingga, semakin baik kondisi faktor pribadi pegawai, kepuasan kerja pegawai juga meningkat, maka akan semakin optimal pencapaian kinerja pegawai Dinas-Dinas Tingkat Kabupaten/Kota Provinsi Jawa Barat.

**Kata kunci** : Faktor Pribadi, Kepuasan Kerja, Kinerja Pegawai

# EFEK RAMADHAN PADA INDEKS SAHAM SEKTOR BARANG KONSUMSI DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2014 - 2016

**Siti Aisyah Suciningtyas**

aisyah@unissula.ac.id

Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang

## **ABSTRAK**

Studi ini bermaksud untuk menganalisis efek bulan Ramadhan pada pasar modal Indonesia utamanya pada Indeks Sektor Konsumsi. Peneliti ingin menguji apakah perilaku di sektor riil berimbas pada perubahan kinerja Indeks pada sektor tersebut. Selain itu, peneliti juga hendak menguji volatilitas Indeks saham sektoral. Teknik analisis menggunakan uji regresi dengan ARCH-GARCH dan bulan Ramadhan diperlakukan sebagai variabel dummy. Hasil riset menunjukkan tidak adanya efek ramadhan pada indeks sektor konsumsi di Indonesia. Return pasar sektor konsumsi dipengaruhi pada kelambanan 1,3, dan 4. Pada periode penelitian juga menunjukkan adanya volatilitas yang tinggi pada sektor konsumsi

**keywords** : Efek Ramadhan, Indeks Sektor Konsumsi, ARCH, GARCH, volatilitas saham

## **ABSTRACT**

*This study intends to analyze the effect of Ramadan in Indonesia capital market Sector Indices in main consumption. Researchers want to test whether the behavior in real sector imposes change performance Index on the sector. In addition, the researchers also wanted to test the volatility of sectoral stock indices. Technical analysis uses regression test with ARCH-GARCH and the month of Ramadan is treated as a dummy variable. Research results showed the absence of effect on the sector's consumption index of Ramadan in Indonesia. Return the market sector consumption is affected in torpor 1.3, and 4. During the period of research also shows showed a high volatility on the consumption sector*

**keywords** : Ramadhan Effect, Consumers good index, ARCH, GARCH, stock volatility

# **PENGARUH FAKTOR-FAKTOR KESUKSESAN TERHADAP *OUTCOME* PROYEK YANG DIMEDIASI OLEH KERJASAMA LINTAS FUNGSI DALAM TIM PROYEK**

**Lambertus Langga**

langgalambertus@yahoo.com  
Fakultas Ekonomi, Universitas Flores

## **ABSTRAK**

Penelitian ini berusaha untuk mengetahui 4 faktor kesuksesan (tujuan suportinal, peraturan dan prosedur tim, sharing pengetahuan, dan pemilihan anggota) yang mempengaruhi kerja sama lintas fungsi. dengan menggunakan hierarchical multiple regresslon analysis, hasil yang didapat adalah faktor-faktor kesuksesan mempunyai pengaruh positif terhadap kerjasama lintas fungsi dal tim proyek, dan kejasma lintas fungsi mampu memediasi factor-faktor kesuksesan terhadap outcome proyek, dan kejasama lintas fungsi berpengaruh positif terhadap outcome proyek. Penelitian ini menggunakan endekatan eksploratori. kerangka sampel penelitian ini adalah proyek-proyek yang terdapat di dins kesehatan Kabupaten lembata, Kabupaten Flores Timur, kabupaten Sikka, Kabupaten Ende, dan kabupaten nagekeo. jumlah proyek dalam kerangka sampel adalah 150 proyek yang terlibat dalam penelitian ini sebanyak 130 proyek. sedangkan responden penelitian adalah kepala bagian, kepala seksi, dan staf yang dipercayai dalam pelaksanaan proyek. pemilihan sampel menggunakan nonprobabilistic sampling sedangkan metoda purposive sampling berdasarkan pertimbangan. proyek-proyek yang menjadi sampel adlah proyek-proyek yang sedang berlangsung dalam thun anggaran 2012 dan proyek-proyek yang belum mengalami perubahan anggaran keuangan. Penelitian ini menjelaskan hasil penelitian yang berdasarkan hisil olahan statistic, dan menjelaskan hasil penelitian berdasarkan wawancara mendalam dan berbagai fenomena yang ditemukan peneliti. peneliti ini juga memberikan arahan untuk peneliti an lanjutan dan dampak bagi dinas kesehatan.

**kata kunci :** manajemen proyek, kerjasama tin lintas fungsi, Outcome proyek

## **ABSTRACT**

*This study seeks to identify four success factors (suportinal goals, team rules and procedures, sharing of speech, and member selection) that affect cross-functional cooperation. By using hierarchical multiple regresslon analytics, the results obtained are success factors that have positive responses to cross-functional collaboration within the project team, and cross-functional co-ordination capable of mediating factors of success towards project outcomes, and cross-functional co-operation have a positive effect on project outcomes. This research uses exploratory approach. The sample framework of this research is the projects located in the health dins of Lembata District, East Flores Regency, Sikka Regency, Ende Regency, and Nagekeo District. The number of projects within the sample frame is 150 projects involved in this research as many as 130 projects. While research respondents are section head, section head, and staff believed in project implementation. Sample selection using nonprobabilistic sampling while purposive sampling method based on consideration. Sample projects are ongoing projects in the 2012 budget and projects that have not changed the budget. This study describes the results of research based on statistical processed hisil, and explain the results of research based on in-depth interviews and various phenomena found by researchers. These researchers also provide direction for advanced investigators and impacts on health departments.*

**keywords:** project management, cross-functional cooperation, Outcome of the project

# RISIKO PEMBIAYAAN BANK SYARIAH DI INDONESIA

Wahyu Trinarningsih dan Arif Lukman Santoso

wahyutri@staff.uns.ac.id

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sebelas Maret

## ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pengaruh pada risiko pembiayaan perbankan syariah di Indonesia. Risiko pembiayaan diukur dengan Non Performance Finance (NPF), sedangkan faktor internal berupa Capital Adequacy Ratio (CAR) dan Financing to Deposit Ratio (FDR) dan faktor eksternal diukur dengan tingkat inflasi, besarnya Gross Domestic Product (GDP), dan nilai tukar rupiah terhadap dolar (kurs). Ukuran bank yang diukur dengan total aset digunakan sebagai variabel kontrol. Observasi dilakukan pada Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah yang melaporkan laporan keuangan pada Otoritas Jasa Keuangan selama periode 2006-2016. Sedangkan data sekunder lainnya yang tidak terdapat pada laporan keuangan diperoleh dari Badan Pusat Statistik selama periode yang sama. Data diuji menggunakan regresi linear berganda dan menunjukkan hasil bahwa CAR dan inflasi berpengaruh negatif pada NPF, FDR dan GDP berpengaruh positif pada NPF, sedangkan nilai tukar tidak mempunyai pengaruh yang signifikan pada risiko pembiayaan.

**Kata kunci:** NPF, CAR, FDR, Inflasi, GDP, kurs, dan Ukuran Bank

## ABSTRACT

*The purpose of this research is to identify internal and external factors that affect on financing risk of Islamic banking in Indonesia. Financing risk is measured by Financing to Deposit Ratio (FDR), external factors are measured by the rate of inflation, Gross Domestic Product (GDP), and the exchange rate of Rupiah, while the internal factors are measured by Capital Adequacy Ratio (CAR) and Financing to Deposit Ratio (FDR). Bank size is measured by total assets is used as a control variable. The observations were conducted at Sharia Commercial Banks and Sharia Business Units reporting financial reports to the Financial Services Authority for the period 2006-2016. While other secondary data not found in the financial statements obtained from the Badan Pusat Statistik during the same period. Data were tested using multiple linear regression and showed that CAR and inflation had negative effect on NPF, FDR and GDP had positive effect on NPF, while exchange rate had no significant effect on financing risk.*

**keywords:** NPF, CAR, FDR, Inflasi, GDP, kurs, and Size

**INTEGRASI ASPEK RISIKO (*RISK*) DALAM MODEL *UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USAGE OF TECHNOLOGY* UNTUK MENGANALISIS PENERIMAAN TEKNOLOGI *GO-RIDE***

**Alfan Amrullah dan Anjar Priyono**  
alfanaminulloh@gmail.com; anjar.priyono@uii.ac.id  
Program Studi Manajemen, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta

**ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui penerimaan teknologi *Go-Ride* dengan menggunakan model *Unified Theory of Acceptance and Usage of Technology* (UTAUT) yang diintegrasikan dengan persepsi risiko (*perceived risk*). Model UTAUT mengidentifikasi empat faktor pendorong intention dan usage sebagai variabel independen yaitu *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence* dan *facilitating condition* serta *gender*, *age* dan *experience* sebagai variabel moderasinya. Penelitian sebelumnya mengintegrasikan model UTAUT dengan *perceived risk* yang dibagun oleh tujuh variabel risiko. Pada penelitian ini faktor risiko yang ditambahkan hanya tiga variabel yaitu *performance risk*, *financial risk*, dan *time risk*. Berdasarkan 151 sampel yang diambil dari mahasiswa Fakultas Ekonomi UII disimpulkan bahwa model penerimaan teknologi *Go-Ride* ini, terdapat 4 faktor yang mempengaruhi penerimaan yaitu *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence* dan *behavioral intention*. Sedangkan *performance risk*, *financial risk*, *time risk* dan *facilitating condition* tidak terbukti berpengaruh terhadap penerimaan dan penggunaan teknologi *Go-Ride*

**Kata Kunci** : *Go-Ride*, *Go-Jek*, Penerimaan Teknologi, UTAUT, *Perceived Risk*

**ABSTRACT**

*This research aims to analyse the acceptance of Go-Ride, motorbike taxi booking application, using Unified Theory of Acceptance and Usage of Technology (UTAUT) model. The uniqueness of this study is that it integrates risk into the UTAUT model. Four variables were used as independent variables including performance expectancy, effort expectancy, social influence and facilitating condition. Meanwhile, three variables are used as moderating variables: gender, age and experience. University students were selected as respondent because young age people tend to be more risk takers in comparison to the old one. According 151 data samples collected university students, the results demonstrated that acceptance of Go-Ride technology influenced by four factors: performance expectancy, effort expectancy, social influence and behavioral intention. On the otherhand, performance risk, financial risk, time risk and facilitating condition do not support to the acceptance and usage of Go-Ride technology.*

**keywords** : *Go-Ride*, *Go-Jek*, *Technolgt Acceptance*, UTAUT, *Perceived Risk*



# **PENGUJIAN *OVERREACTION* DI BULAN RAMADAN PADA BURSA EFEK NEGARA-NEGARA DENGAN MAYORITAS PENDUDUK PEMELUK AGAMA ISLAM**

**Den Muallim dan Putu Anom Mahadwartha**

Magister Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Surabaya

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi Ramadhan dan pengaruhnya terhadap abnormal return saham di lima negara Muslim yang dengan populasi tertinggi, antara lain Indonesia, Malaysia, Turki, Pakistan dan Mesir. Pengamatan ini menggunakan kalender Islam yang dibagi menjadi dua periode. Pertama, bulan Ramadhan dan yang kedua adalah 14 hari kerja setelah hari raya Idul Fitri. Untuk menguji hipotesis, 165 perusahaan yang terdaftar di lima negara Bursa Efek akan dipilih untuk penelitian dari 1434 Hijriah hingga tahun 1436 Hijriah. Penelitian ini menggunakan *Cummulative Average Return (CAR)* untuk memilih saham *winner* dan *loser* untuk masing-masing negara. Temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa Ramadhan memang memiliki efek hubungan antara suatu perayaan dan abnormal return di beberapa negara. Hal ini juga membuktikan bahwa saham *loser* akan mengungguli saham *winner* rata *abnormal return* akhir-akhir ini dari pengamatan.

**Kata kunci :** *Overreaction Hypothesis, Calendar Effect, Efficient Market Hypothesis, Abnormal Return*

## **ABSTRACT**

*This study is intended to investigate Ramadan and its effect of stocks abnormal return in five most populous Muslim countries which are Indonesia, Malaysia, Turkey, Pakistan and Egypt. The observation is using full year of Islamic calendar which divided into two periods. First, Ramadan month and the second one is 14 working days after Eid Al-Fitr ends. To test the hypothesis, 165 companies which listed in five countries Stock Exchange will be selected for 1434 Hijriah to 1436 Hijriah period. This study is using Cummulative Average Return (CAR) to select winner and loser stocks for each country. Findings in this study show that Ramadan does have a relationship effect between calendar event and abnormal return in a few countries. It is also proven that loser stocks will overcome winner stocks average abnormal return lately of the observation.*

**keywords:** *Overreaction Hypothesis, Calendar Effect, Efficient Market Hypothesis, Abnormal Return*

# IMPACT KOMITMEN ORGANISASI DIMEDIASI KOMPETENSI SDM TERHADAP KINERJA PEGAWAI RUMAH SAKIT SWASTA DI METRO

Yateno dan Andiana Rosid

Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Metro ,Lampung

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh komitmen organisasi langsung pada kinerja pegawai dan hubungan tak langsung yang dimediasi oleh kompetensi sumber daya manusia. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode secara variatif dengan pengumpulan data primer melalui instrumen penelitian berupa kuesioner yang didistribusikan kepada pegawai kesemua level jabatan fungsional secara random sebanyak 200 responden dan *indepth interview* di empat rumah sakit swasta kota Metro dan analisis data dilakukan dengan model analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan Smart PLS (*Partial Least Square*). Hasil penelitian membuktikan bahwa komitmen organisasi yang direfleksikan oleh tiga komponen yaitu *affective commitment and continuance commitment* tidak dapat memberikan impact langsung pada kinerja pegawai, tetapi *normative commitment* dapat memberikan pengaruh positif dan signifikan pada kinerja pegawai, selanjutnya komitmen organisasi dapat memberikan pengaruh positif tidak langsung pada kinerja pegawai melalui proses mediating oleh kompetensi sumber daya manusia serta tingkat komitmen organisasi rata-rata ke empat obyek tersebut tergolong masih rendah.

**Kata kunci :** Komitmen Organisasi, Kompetensi Sumber daya manusia, Kinerja Pegawai.

## ABSTRACT

*The purpose of this research is to determine the effect of direct organizational commitment on employee performance and indirect relationships mediated by human resource competencies. The method used in this research is the method are varied with primary data collection through research instrument was a questionnaire distributed to employees of all these levels of functional positions at random as many as 200 respondents and in-depth interviews in four private hospitals in Metro City - Lampung and data analysis performed by the analysis model Structural equation Modeling (SEM) with Smart PLS (Partial Least Square). Research shows that organizational commitment that is reflected by the three components, namely affective commitment and continuance commitment can not provide impact directly on the performance of employees, but normative commitment provide positive and significant impact on the performance of employees, then the organization's commitment providing a positive influence indirectly on performance Employees through the mediating process by the competence of human resources and the level of organizational commitment on average to four objects is still low.*

**keywords:** *Competence of human resources, Employee performance. Organizational Commitment*

# **PENGARUH GAYA MANAJEMEN KONFLIK KARYAWAN DENGAN STRES KERJA SEBAGAI VARIABEL INTERVENING TERHADAP KINERJA KARYAWAN**

**Ageng Ramadhanta dan Trias Setiawati**

E-mail: agengramadhanta81@gmail.com

E-mail: trias.setiawati@uii.ac.id

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh gaya manajemen konflik (kolaborasi-GMMKL, menghindar, kompetisi, akomodasi, dan kompromi) terhadap kinerja karyawan dengan stres kerja sebagai variabel intervening. Penelitian dilakukan kepada pegawai non medis di RS PKU Muhammadiyah Yogyakarta (RS PKUMY). Jumlah responden pada penelitian ini adalah 143 orang terdiri dari 42 persen laki-laki dan 58 persen perempuan, dengan jabatan 2,8 persen sebagai manajer dan atau asisten manajer, 13,3 persen sebagai supervisor dan 83,9 persen sebagai pelaksana. Analisis data menggunakan regresi berganda dan analisis Jalur. Untuk mengolah data pada penelitian ini digunakan *IBM SPSS Statistics 21* sebagai alat analisis. Hasil penelitian adalah (1) Terdapat pengaruh signifikan gaya manajemen konflik kolaborasi terhadap kinerja karyawan non medis RS PKUMY secara parsial, (2) Terdapat pengaruh signifikan gaya manajemen konflik menghindar terhadap kinerja karyawan secara parsial, (3) Terdapat pengaruh negatif signifikan gaya manajemen konflik kompetisi terhadap kinerja karyawan secara parsial, (4) Terdapat pengaruh signifikan gaya manajemen konflik kolaborasi, menghindar, kompetisi, akomodasi dan kompromi terhadap kinerja karyawan secara simultan.

**Kata Kunci:** *Gaya Manajemen Konflik, Stres Kerja, Kinerja Karyawan*

## **ABSTRACT**

*This study aimed to determine the effect of collaborative conflict management style (avoidance, competition, accommodation, and compromise) toward the employee performance with job stress as an intervening variable. The study was conducted for non-medical employees in PKU Muhammadiyah Hospital in Yogyakarta. The number of respondents in this study was 143 people which consist of 42 percent men and 58 percent of women, with the rank of 2.8 percent as managers or assistant managers, 13.3 percent and 83.9 percent as a supervisor as executor. The data analysis used multiple regression and path way analysis. To process the data in this study used IBM SPSS Statistics 21 as an analytical tool. Results of the study were (1) There is significant influence conflict management styles collaboration on employee performance partially, (2) There is a significant influence on the management style of conflict avoidance on employee performance partially, (3) There are a negative influence significant conflict management styles of competition on employee performance partially, (4) there is a significant influence conflict management styles collaboration, avoidance, competition, accommodation and compromise on employee performance simultaneously.*

**keywords:** *Management Conflict style Conflict, Job Stress, Employee Performance*

**PENGARUH *EMPLOYEE ENGAGEMENT* DAN BUDAYA ORGANISASI  
TERHADAP KINERJA MELALUI KOMITMEN ORGANISASI  
SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING***

**Phalini Herman dan Trias Setiawati**

E-mail: phaliniherman@gmail.com

Email: trias.setiawati@uii.ac.id

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *employee engagement* dan budaya organisasi terhadap kinerja karyawan melalui komitmen organisasi sebagai variabel *intervening* di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia (FEUII). Penelitian dilakukan kepada karyawan tetap FEUII. Penelitian ini menggunakan populasi sebagai sampel. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode sensus. Jumlah responden pada penelitian ini adalah 48 orang terdiri dari 77 persen laki-laki dan 23 persen perempuan. Analisis data menggunakan analisa regresi linear berganda dengan alat uji *IBM SPSS Statistics 17* sebagai alat analisis. Hasil penelitian adalah (1) Terdapat pengaruh signifikan *employee engagement* terhadap kinerja karyawan tetap Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia secara parsial, (2) Terdapat pengaruh signifikan budaya organisasi terhadap kinerja karyawan tetap Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia secara parsial, (3) Terdapat pengaruh signifikan *employee engagement* terhadap komitmen organisasi secara parsial, (4) Terdapat pengaruh signifikan *employee engagement* dan budaya organisasi terhadap kinerja karyawan tetap Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia secara simultan.

**Kata kunci:** *Employee Engagement, Budaya Organisasi, Komitmen Organisasi, Kinerja Karyawan*

**ABSTRACT**

*This study aimed to determine the effect of employee engagement and organization culture the performance of employees with commitment organization as an intervening variable. The study was conducted for permanent employees at Economic Faculty of Islamic University of Indonesia. The study used population as the sample. The sampling technique used the census method. The number of respondents in this study was 48 people composed of 77 percent men and 23 percent of women. Data analysis used multiple linear regression analysis with IBM SPSS Statistics 17 as an analytical tool. The results of the study were (1) There was significant influence employee engagement on permanent employee performance Economic Faculty of Islamic University of Indonesia partially, (2) There was a significant influence on organization culture on permanent employee performance employee Economic Faculty of Islamic University of Indonesia partially, (3) There was a significant influence employee engagement on commitment organization Economic Faculty of Islamic University of Indonesia partially, (4) There was a significant influence employee engagement and organization culture on permanent employee performance Economic Faculty of Islamic University of Indonesia simultaneously.*

**keywords :** *Employee Engagement, Organizational Culture, Organizational Commitment, Employee Performance*

## FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELI SECARA *ONLINE*

**Ratna Listiana Dewanti, Vera Desy Nurmalia, dan Kusjainah**  
ratna.listiana@uty.ac.id; vera.desy@uty.ac.id; kusjainah@uty.ac.id  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Teknologi Yogyakarta

### ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian secara *online*. Faktor yang dianalisis adalah persepsi kemanfaatan, persepsi risiko dan motivasi. Pengujian menggunakan model variabel mediasi. Asumsinya adalah motivasi merupakan variabel yang memediasi hubungan antara persepsi kemanfaatan dan persepsi resiko dengan minat beli secara *online*. Data diperoleh dengan menyebarkan kuesioner pada mahasiswa. Pemilihan responden mahasiswa dengan alasan mahasiswa sangat familiar dengan *gadget*, sehingga mudah melakukan pembelian *online*. Data yang diperoleh dari 130 responden. Data dianalisis dengan PSAW statistik 18. Hasil olah data menunjukkan bahwa kemanfaatan dan persepsi resiko secara simultan mempengaruhi minat beli secara *online*. Pengaruh terjadi secara langsung maupun tidak langsung. Hasil Penelitian juga menunjukkan bahwa motivasi merupakan variabel yang memediasi hubungan antara persepsi kemanfaatan dan persepsi resiko dengan minat beli secara *online*

**Kata kunci:** Minat beli secara *online*, persepsi kemanfaatan, persepsi risiko dan motivasi.

### ABSTRACT

*This study analyze factors that influence the consumers' online buying intention. Factors analyzed were Perception Utilization, Perception to risk and motivation. Testing is done by model of mediation variable. Assuming motivation to be mediation in the relationship between perception of usefulness and risk perception with online buying intention. Research data are collected from active consumers, who are college students. College students are chosen because we assume that they are familiar with gadget. 130 college students are involved in this research as respondent. Research data are analyzed using PSAW statistik 18. The results show that the perception of expediency and perception of risk affects online buying intention, the effect is a direct influence, or indirect influence. So the greeting of this research proved that motivation mediate the relationship between perception variable of expediency and risk perception to buying interest online.*

**keywords-** *Online Buying Intention, Perceived Of Usefullnes, Perception of Risk, Motivation*

# PERENCANAAN STRATEGIS MANAJEMEN SISTEM INFORMASI PENDIDIKAN BERBASIS *GREEN COMPUTING* PADA PERGURUAN TINGGI

Nizar Alam Hamdani dan Galih Abdul Fatah Maulani

Nizar\_hamdani@uniga.ac.id

galihafm@uniga.ac.id

Universitas Garut

## ABSTRAK

Teknologi Informasi dan Komunikasi pada dunia pendidikan saat ini mulai banyak digunakan terutama perguruan tinggi. Muncul beberapa metode pembelajaran dalam kelas yang menggunakan teknologi informasi dan komunikasi guna memberikan pemahaman yang lebih bagi mahasiswa. Dalam menyikapi hal tersebut pendidik, guru atau dosen perlu menguasai teknologi agar dapat mengembangkan metode pembelajarannya. Selain itu penggunaan Information, Communication and Technology (ICT) Perguruan Tinggi perlu membuat sebuah konsep mengenai green computing. Pada dasarnya green computing adalah suatu konsep dan praktek mengenai penggunaan infrastruktur IT yang efisien. ICT perlu diseimbangkan dengan pengelolaan yang berbasis ramah lingkungan atau dikenal dengan konsep green computing. Penelitian ini bertujuan untuk membuat perancangan dan melakukan analisis terhadap media pembelajaran berbasis ICT guna mendukung atau mencapai komputasi yang ramah lingkungan. Metode perancangan yang digunakan adalah Metode research and development. Untuk dapat mewujudkan green computing maka terdapat beberapa hal mendasar yaitu : pemakaian media pembelajaran yang ramah lingkungan, penggunaan energi alternative, teknologi virtualization, manajemen penggunaan daya, serta pemakaian piranti yang hemat energi dalam mendukung kegiatan belajar mengajar di kelas.

**Kata kunci:** Perencanaan Strategis, Manajemen Sistem Informasi, Teknologi Informasi dan Komunikasi, *Green Computing*.

## ABSTRACT

*Information and Communication Technology in the world of education is now widely used, especially universities. There are several methods of learning in the classroom that use information and communication technology to provide more understanding for students. In dealing with that educators, teachers or lecturers need to master the technology in order to develop the method of learning. In addition, the use of Information, Communication and Technology (ICT) of Higher Education needs to make a concept about green computing. Basically green computing is a concept and practice of efficient use of IT infrastructure. ICT needs to be balanced with management based on environmentally friendly or known as green computing concept. This study aims to make the design and analysis of ICT-based information systems to support or achieve environmentally friendly computing. The design method used is the method of research and development. To be able to realize the green computing, there are some basic things: the use of environmentally friendly learning media, the use of alternative energy, virtualization technology, power usage management, and the use of energy-efficient devices to support teaching and learning activities in the classroom..*

**keywords:** *Strategic Planning, Information Systems Management, Information and Communication Technology, Green Computing.*

***THE EFFECT OF ENVIRONMENTAL WORKING CONDITION AND  
INDIVIDUAL CHARACTERISTICS TO THE EMPLOYEE PERFORMANCE  
PT.ASURANSI STACO MANDIRI (Marketing Division)***

**Ryani D Parashakti, Muhammad Nashar, dan Nur Arfianti**  
Universitas Mercubuana, Jakarta

***ABSTRACT***

*This research is to study the effect of Work Environment and Individual Characteristics of Employee Performance PT.Asuransi Staco Mandiri (Marketing Division). Data is using 60 employee respondents using a quantitative descriptive approach. The results of this study show that partially and simultaneously, work environment variables and individual characteristics affect the performance of employees PT.Asuransi Staco Mandiri (Marketing Division). This is evidenced from the results of simultaneous tests (Test F) which shows the value of 11.598 with a significance value of 0.000 and smaller than the value of alpha 0.05. Partial test result (t test) also shows significant value of two independent variable that is work environment variable equal to 0,611 bigger than 0,05 mean that work environment does not have an effect on to performance. And variable of individual characteristic is 0,009 less than 0,05 means individual characteristic influence to performance.*

***keywords:*** *Work Environment, Individual Characteristics, Perfomance*

## DIMENSI *ECOPRENEURSHIP* PADA RINTISAN USAHA BERBASIS DAUR ULANG

**Ratna Lindawati Lubis**

ratnalubis2015@gmail.com

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom, Bandung

### ABSTRAK

Potensi sampah yang dihasilkan oleh sekitar 2,4 juta penduduk Kota Bandung dari berbagai aktivitas di lingkungan rumah tangga, institusi, kantor, rumah sakit, sekolah maupun kampus, adalah berkisar antara 1.500 ~ 1.600 ton sampah per harinya. Selain itu, diperkirakan adanya 150 ~ 250 ton sampah berceceran di sungai dan sudut-sudut kota. Tingginya produksi sampah dari penduduk Kota Bandung yang belum diimbangi dengan pengelolaan ideal – yang sering disebut dengan singkatan 3R, yakni *Reduce, Reuse, Recycle* – semakin menambah beban Pemerintah Kota Bandung. Dengan memahami bahwa (1) adanya persoalan pengelolaan sampah di Kota Bandung yang sampai sekarang belum ditemukan solusi yang menyeluruh; (2) munculnya fenomena julukan “Bandung Lautan Api” yang kerap diplesetkan menjadi “Bandung Lautan Sampah”; (3) tidak imbangnya alat angkut sampah dengan volume sampah yang masuk ke berbagai tempat penampungan sampah; (4) keterbatasan upaya Pemkot Bandung dalam mengatasi permasalahan pengelolaan sampah secara tepat dan berkelanjutan; (5) minimnya pemahaman tentang 3R yang dikhawatirkan akan berpotensi memicu kerusakan lingkungan; maka dipandang perlu untuk melakukan penelitian terhadap pelaku rintisan usaha yang berpotensi menambah persoalan rumitnya persoalan sampah. Dengan demikian, penelitian ini dimaksudkan untuk menemukenali dimensi *ecopreneurship* pada rintisan usaha berbasis daur ulang, sebagai salah satu upaya wujud nyata untuk membantu Pemkot Bandung dalam menangani persoalan persampahan.

**Kata kunci:** *ecopreneurship*, rintisan usaha, *Reduce, Reuse, Recycle*

### ABSTRACT

*In Bandung city West Java Province, the volume of waste has reached 1.500 ~ 1.600 tons per day generated by approximately 2,4 million residents, which consists of household waste, institutions waste, offices waste, hospitals waste, schools waste and campuses waste. It is estimated that there are as much as 150 ~ 250 tons of waste in the river and around the city. Local governments blame each other for the overflowing garbage in the river and for not processing those waste properly based on the waste management concept, so-called 3R, which stands for Reduce, Reuse, Recycle. Based on the previous studies, the author was able to identify several problems of waste management around Bandung city, such as (1) the never ending problems of waste around Bandung city; (2) the newly perception of "Bandung Lautan Sampah"; (3) the processing of waste does not work properly; (4) the local government has the limitation to solve garbage problems; (5) the behavior of people throwing garbage into the river and the lack of knowledge about the 3R concept. Thus, this study is intended to identify the dimensions of ecopreneurship, namely "green values", "earning a living", "passion", "being their own boss", "seeing gap in the market".*

**Keywords:** *ecopreneurship*, start-ups business, *Reduce, Reuse, Recycle*



## **PENGARUH MOTIVASI INTERNAL TERHADAP PRODUKTIVITAS KERJA KARYAWAN DI PT. INDOSAT Tbk CABANG GARUT**

**Acep Abdul Basit**  
acep.basit@gmail.com  
Fakultas Ekonomi - Universitas Garut

### **ABSTRAK**

Perusahaan bukan saja mengharapkan karyawan yang mampu, cukup, dan terampil, tetapi yang terpenting mereka mau bekerja giat dan berkeinginan untuk mencapai hasil kerja yang optimal. Kemampuan, kecakapan, dan keterampilan karyawan tidak ada artinya bagi perusahaan, jika mereka tidak mau bekerja keras dengan mempergunakan kemampuan, kecakapan, keterampilan yang dimilikinya. Motivasi kerja penting karena dengan motivasi kerja khususnya motivasi internal diharapkan setiap karyawan mau bekerja keras dan antusias untuk mencapai produktivitas kerja yang tinggi. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh Motivasi Internal terhadap Produktivitas kerja. Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode asosiatif hubungan kausal. Populasi yang diambil untuk penelitian ini adalah karyawan PT. Indosat Cabang Garut yang berjumlah 30 orang. Seluruh data populasi akan dijadikan data sampel dalam penelitian ini, peneliti mengambil sampel berdasarkan metode sensus. Hasil penelitian produktivitas kerja dapat dipengaruhi oleh motivasi internal karena karyawan yang memiliki motivasi internal yang tinggi akan sangat penting bagi semangat serta etos kerja karyawan yang nantinya akan berpengaruh penting bagi perusahaan apalagi karyawan yang berada didalam perusahaan mempunyai etos dan semangat kerja yang tinggi maka akan berpengaruh pada perusahaan itu sendiri. Artinya motivasi internal dalam penelitian ini berpengaruh terhadap produktivitas kerja.

**Kata Kunci:** *Motivasi Internal, Produktivitas Kerja*

### **ABSTRACT**

*Companies not only expect capable, adequate and skilled employees, but most importantly they are willing to work hard and eager to achieve an optimal result. Abilities, proficiencies, and skills of the employees are meaningless to the company, if they are unwilling to work hard by using their abilities, proficiencies and skills. Working motivation is important because with work motivation, especially internal motivation, every employees are expected to be willing to work hard and enthusiastic to achieve a high working productivity. The purpose of this research is to discover the effect of Internal Motivation towards Working Productivity. The method which used in this research is associative method of causal relationship. Population taken for this research is the employees of PT. Indosat Garut Branch, with an amount of 30 people. All population datas will be used as sample data under this research, the researchers took the sample based on the census method. The results of working productivity research can be influenced by internal motivation, because employees who have high internal motivation will be very important for the spirit and work ethic of employees, which will have an important effect for the company, moreover employees who are inside the company has a high ethic and high working spirit, then it will affect the company itself. This means that internal motivation in this research have an effect on working productivity.*

**keywords:** *Internal Motivation, Working Productivity*

## KAPABILITAS DINAMIS PADA *SOCIAL ENTERPRISE ORGANIZATION* DALAM MENCIPTAKAN INOVASI

Fathul Huda dan Anjar Priyono

fathulhuda.th@gmail.com

Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta

### ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ialah mengulas kapabilitas dinamis unik yang dimiliki oleh social enterprise organization dalam menciptakan inovasi agar dapat memperoleh keunggulan bersaing. Kapabilitas dinamis adalah proses yang dilakukan oleh sebuah organisasi untuk menghadapi perubahan external. Proses tahap kapabilitas dinamis yaitu sensing, seizing, transforming untuk menghasilkan inovasi. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ialah studi kasus untuk menjawab pertanyaan bagaimana (how) dan mengapa (why) dimana suatu konteks tidak dapat dipisahkan secara jelas dengan fenomena kapabilitas dinamis. Penelitian ini menemukan bahwa kemampuan dinamis yang unik sangat diperlukan pada social enterprise organization khususnya lembaga pengelolaan zakat dalam menciptakan inovasi. Disebabkan kondisi external yang mengalami perubahan secara cepat. Temuan baru pada penelitian ini untuk menciptakan inovasi juga dibutuhkan kerjasama dengan lembaga lain yang sejenis. Penelitian lanjutan menyarankan untuk dapat diterapkan pada lingkungan industri sosial yang lebih luas.

**Kata kunci:** Kapabilitas Dinamis, Organisasi Sosial, Inovasi dan Keunggulan Bersaing.

### ABSTRACT

*This research is review the distinctive dynamic capabilities possessed by a social enterprise organization for creating innovations in order to gain competitive advantage. Dynamic capability is a processed do by an organization to deal with external changes. Process of dynamic capability stage that is sensing, seizing, transforming to create innovation. The research used to study case approach to the answer question how and why, where a context don't be able to clearly separated by phenomenon dynamic capabilities. This research finds that capabilities distinctive dynamic is needed by a social enterprise organization, especially zakat management institutions for creating innovation. This is due to changes in external conditions that are constantly changing. The result is requiring cooperation with other similar institutions too. Further research sugest to apply on social industrial wider*

**keywords:** *Dynamic Capabilities, Social enterprise organization, Inovation and Competitive advantage.*

# ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEBIJAKAN HUTANG PADA PERUSAHAAN KELUARGA DI BEI

Dita Putri Ramadhani dan Arif Singapurwoko

ditaramadhani12@gmail.com, arif\_singa@uii.ac.id

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia

## ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pada kebijakan hutang di perusahaan keluarga. Perusahaan keluarga sangat unik di dalam kebijakan hutang, yaitu tercermin dari struktur modal perusahaan keluarga. Ada yang memiliki 100% tanpa hutang atau dengan hutang, mayoritas hutangnya banyak, dan ada yang minim dengan hutang. Penelitian ini menggunakan metode purposive sampling untuk menentukan sampelnya. Sampel penelitian yang digunakan adalah perusahaan keluarga di Indonesia dengan periode pengamatan 2013 sampai 2015. Uji analisis menggunakan analisis regresi berganda dengan tiga variabel independen yang digunakan, yaitu kepemilikan manajerial, kepemilikan keluarga, dan Chief Executive Officer (CEO) perusahaan. Hasil dari penelitian ini mengindikasikan bahwa kepemilikan manajerial tidak mempunyai pengaruh terhadap kebijakan hutang, kepemilikan keluarga berpengaruh negatif terhadap kebijakan hutang, dan CEO yang berasal dari keturunan keluarga berpengaruh negatif terhadap kebijakan hutang perusahaan keluarga.

**Kata kunci:** Kebijakan hutang, kepemilikan manajerial, kepemilikan keluarga, dan CEO

## ABSTRACT

*This research aims to investigate factors influencing debt policy of family firm. A family firm has extremely unique debt policy reflected from its financial capital structures. Some firms are 100% free from debt, some others have huge amount of debt, and some others have low amount of debt. This research employed purposive sampling method to determine sample. The sample of this research was family firms in Indonesia observed from 2013 to 2015. The analysis test of this research was multiple regression analysis with three independent variables: managerial ownership, family ownership, and Chief Executive Officer (CEO) of the firm. The result shows that managerial ownership does not influence debt policy, family ownership negatively influences debt policy, and CEO from the descent negatively influences debt policy of the family firms.*

**keywords:** Debt Policy, Managerial Ownership, Family Ownership, and CEO

**PENGARUH PELATIHAN, KOMPENSASI, DAN MOTIVASI TERHADAP  
KINERJA KARYAWAN DENGAN KEPUASAN KERJA  
SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING***

**Shofi'unnafi dan Trias Setiawati**

shofiunnafi@gmail.com dan triassetiawati@uii.ac.id

Program Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta

**ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh langsung variabel pelatihan, variabel kompensasi, variabel motivasi terhadap variabel kinerja karyawan dengan kepuasan kerja sebagai variabel *intervening* pada karyawan di PT. BPR Chandra Muktiartha Yogyakarta. Penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Metode dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif. Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan kuisioner dan menggunakan skala likert untuk penilaian pernyataan kuisioner. Sebanyak 126 kuisioner didistribusikan, tetapi hanya 120 yang terkumpulkan, terdiri dari 100 karyawan dan 20 pimpinan dengan tingkat partisipasi sebesar 95.2 persen. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelatihan mempunyai pengaruh langsung sebesar 23.8 persen terhadap kinerja karyawan. Kemudian kompensasi mempunyai pengaruh langsung sebesar 30.1 persen terhadap kinerja karyawan. Motivasi memiliki pengaruh langsung sebesar 23.3 persen terhadap kinerja karyawan. Kepuasan kerja mempunyai pengaruh langsung sebesar 19.7 persen terhadap kinerja karyawan. Analisis pengaruh total menunjukkan pengaruh tidak langsung sebesar 74.18 persen, yang artinya pelatihan, kompensasi, dan motivasi berpengaruh lebih kuat terhadap kinerja karyawan melalui kepuasan kerja. Kesimpulan dari penelitian ini ialah seluruh variabel independen berpengaruh langsung dan signifikan terhadap variabel dependen.

**Kata Kunci:** *Kepuasan Kerja, Kinerja Karyawan, Kompensasi, Motivasi, Pelatihan,*

**ABSTRACT**

*The purpose of this research was to identify the impact of training, compensation, and motivation toward employee's performance through job satisfaction as intervening variable. This research used descriptive quantitative method. Questionnaire was used as data collecting approach and Likert scale was used as the measurement. There were 120 sample respondents consist of 100 employees and 20 supervisors at PT. BPR Chandra Muktiartha Yogyakarta with 95.2 percent participation rate. The results of this research showed that training has direct effect in amount of 23.8 percent towards employee's performance. Compensation had direct effect in amount of 30.1 percent towards employee's performance. Motivation had direct effect in amount of 23.3 percent towards employee's performance. Job satisfaction also has direct effect in amount of 19.7 percent towards employee's performance. Total effect analysis showed that indirect effect in amount of 74.18 percent, it means that training, compensation, and motivation having stronger effect towards employee's performance through job satisfaction. In conclusion, all independent variables had direct and significant effect toward dependent variables.*

**keywords :** *Job Satisfaction, Employee's Performance, Compensation, Motivation, Training*

**PERAN SUMBERDAYA MANUSIA DAN  
INOVASI USAHA MIKRO KECIL MENENGAH  
(PEMANFAATAN TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI)**

**Ika Nurul Qamari, Retno Widowati PA, Fauziah, dan Femi Kurnia**  
ika\_nr@umy.ac.id  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

**ABSTRAK**

Peran sumberdaya manusia dan inovasi sangat penting dalam perubahan organisasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi sejauhmana peran sumber daya manusia dalam inovasi yang dilakukan pada usaha mikro kecil dan menengah. Responden penelitian adalah para pengusaha mikro kecil dan menengah, dengan sejumlah 100 responden yang terdaftar aktif pada Dinas Perindustrian Perdagangan dan Koperasi Kota Yogyakarta, Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa para pelaku usaha mikro kecil dan menengah telah berperan secara aktif dan berinovasi dengan pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi dalam usahanya.

**Kata kunci:** peran sumber daya manusia, inovasi organisasi, usaha mikro kecil dan menengah, pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi

**ABSTRACT**

*The role of human resources and innovation is crucial in organizational change. This study aims to identify the role of human resources in innovation, conducted on small and medium enterprises. Research respondents are small and medium business entrepreneurs, with a total of 100 respondents enrolled in the Ministry of Trade and Cooperatives of Yogyakarta City, Indonesia. The results showed that small and medium entrepreneurs have actively participated and innovated with the utilization of information and communication technology in their business.*

**keywords:** *The role of human resources, organizational innovation, small and medium enterprises, utilization of information and communication technology*

# TRANSFORMASI ORGANISASI USAHA PERJALANAN WISATA DI PROVINSI SULAWESI SELATAN: SEBUAH TINJAUAN TEORITIS

**Herminawaty Abubakar**

e-mail: herminawatyabubakar68@gmail.com

Fakultas Ekonomi Universitas Bosowa

## ABSTRAK

Perubahan organisasi yang semakin kompleks dan kompetitif, menuntut setiap organisasi untuk bersikap lebih responsif terhadap perubahan. Menghadapi kondisi tersebut, setiap organisasi dituntut untuk segera melakukan perubahan atau melaksanakan transformasi organisasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji strategi rekayasa ulang proses bisnis sebagai bentuk transformasi organisasi yang berorientasi pada peningkatan kinerja perusahaan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini termasuk penelitian survei dengan desain penelitian tinjauan teoritis literatur. Penelitian ini dilaksanakan pada usaha perjalanan wisata (tour and travel) di Provinsi Sulawesi Selatan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa rekayasa ulang proses bisnis dapat meningkatkan kinerja perusahaan dengan melakukan perubahan fundamental terhadap proses bisnis.

**Kata kunci** : Transformasi Organisasi; Rekayasa ulang proses bisnis.

## ABSTRACT

*Increasingly complex and competitive organizational change, requires every organization to be more responsive to change. Faced with these conditions, every organization is required to immediately make changes or implement organizational transformation. This study aims to examine the business process reengineering strategy as a form of organizational transformation that is oriented towards improving company performance. The methods used in this study include survey research with theoretical literature review research design. This research was conducted on a business trip (tour and travel) in South Sulawesi Province. The results of this study indicate that business process reengineering can improve company performance by making fundamental changes to business processes.*

**keywords**: *Organization Transformation; Business process reengineering.*

## PERAN ORIGINALITAS DAN RASA KETERIKATAN KONSUMEN DALAM PERILAKU BELANJA BATIK

**Ratna Roostika**

ratna.roostika@uii.ac.id

Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta

### ABSTRAK

Konsumen batik dihadapkan dengan beragam penawaran produk-produk batik yang kompetitif. Pulau Jawa, Indonesia menawarkan produk batik kualitas terbaik, dimana tiap provinsi menawarkan motif, makna, dan desain yang berbeda. Motif-motif batik utamanya batik tulis memiliki makna simbolis. Dengan kemajuan teknologi, batik cap dan batik tulis menghadapi banjirnya produk batik impor printing dari luar negeri. Masuknya batik printing import cukup mempengaruhi demand terhadap batik lokal. Terlepas dari membanjirnya batik import, peningkatan pendidikan, meningkatnya income dan rasa kebanggaan nasional masih memberikan peluang batik lokal dengan penghargaan pada nilai-nilai otentisitas. Penelitian ini memfokuskan pada perilaku belanja konsumen batik khususnya batik tulis. Dalam rangka menjaga daya saing industri batik nasional, perlu dipahami bagaimana konsumen batik mempersepsikan pentingnya otentisitas produk dan rasa keterikatan emosional terhadap batik-batik tulis. Kedua variable tersebut penting karena menawarkan ciri pembeda dalam menghadapi batik impor yang dihargai konsumen khususnya pecinta batik. Konsumen dengan daya beli yang baik dan pengetahuan yang luas diharapkan juga akan memberikan persepsi positif terhadap nilai otentisitas batik. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner di Surakarta, Klaten dan Yogyakarta. Analisis data dilakukan dengan metode SEM untuk mengalisis 300 questionner yang disebarakan. Studi ini diharapkan menyumbangkan masukan dalam memperkuat nilai-nilai otentisitas produk dalam memperkuat industri kreatif batik tulis.

**Kata Kunci** : Industri batik tulis, otentisitas batik, rasa keterikatan emosional, dan perilaku belanja.

### ABSTRACT

*Batik consumers are faced with many beautiful offerings. Java, Indonesia is very wellknown from its batik work and design. Different places produce different motifs. The Javanese batik motifs mostly have a symbolic meaning. With the current modern life, batik consumers are more demanding while batik printing also flooding Indonesia market. Despite the cheap and printing batik, consumers appreciate authenticity in this sector. This study attempts to explore consumers' perception on the role of batik authenticity and their attachment to batik products. Batik authenticity and consumer's attachment are proposed to influence positive batik shopping behaviours. Study will be conducted in Yogyakarta, Surakarta and Klaten, where these locations are considered as the centre of batik producers and batik shopping. Quantitative study by distributing questionnaires to batik consumers will be conducted. Data analysis will be examined using SEM method. This study will contribute to academic literature as limited topic has been found in batik authenticity and batik attachment in the marketing study in Indonesia. Practitioners will be benefitting from better understanding on the role of batik authenticity and batik attachment in batik sector. This study provides a tool by which practitioners can evaluate the effectiveness of strategic decisions designed to deliver an authentic product offering to batik consumers.*

**keywords:** *Batik tulis industry, batik authenticity, batik attachment, and shopping behaviours.*

## **INCREASE BRAND LOYALTY OF IPHONE IN CENTRAL JAVA, INDONESIA**

**Mudiantono, Suci A Y Sitanggang , dan Kholidin**

Management Department, Faculty of Economics and Business Diponegoro University, Semarang  
Department of Business and Finance, Vocational School, Diponegoro University, Semarang

### **ABSTRACT**

*This study aimed to analyze the factors that affect to brand loyalty of iPhone . Two factors namely customer satisfaction and quality of products would be variables directly to affect the brand loyalty. The customer satisfaction variable was influenced by service quality, perceived prices and product quality.. Five hypothesis were formulated. One hundred and sixty respondents of iPhone customers in Central Java were collected. The method used for data collecting is accidental sampling by distributing questionnaires to the respondents. Structural Equation Modeling (SEM) was employed to test hypothesis which is operated through a program AMOS 22.0. The result of this study that the brand loyalty can be increased if the quality of product is increased.*

**keywords:** *Service quality, perceived price, customer satisfaction, product quality, brand loyalty*



**STUDI MENGENAI *GLOCAL CULTURAL IDENTITY*: DAMPAKNYA PADA  
KELOMPOK *YOUNG ADULTS* DI *EMERGING MARKET***

**Farida Indriani**

**PENGARUH *WORK FAMILY CONFLICT* DAN STRES KERJA  
TERHADAP KINERJA KARYAWAN  
MELALUI VARIABEL *INTERVENING* KEPUASAN KERJA**

**Selvi Diliyanti Rizki dan Trias Setiawati**

shelvi.diliyanti@yahoo.com dan trias.setiawati.uii.ac.id

Program Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Work family conflict* dan Stres kerja terhadap Kinerja karyawan Paramedis melalui Kepuasan kerja sebagai variabel intervening. Penelitian ini dilakukan kepada karyawan paramedis di RSUD Muhammadiyah Yogyakarta. Jumlah responden pada penelitian ini adalah 150 karyawan terdiri dari 23,7 persen laki-laki dan 72,7 persen perempuan. Untuk mengolah data pada penelitian ini digunakan SPSS Windows 2017 sebagai alat analisis. Hasil penelitian adalah (1) terdapat pengaruh yang signifikan dari *work family conflict* terhadap kepuasan kerja (2) terdapat pengaruh yang signifikan stress kerja terhadap kepuasan kerja (3) terdapat pengaruh yang signifikan *Work family conflict* terhadap kinerja karyawan (4) terdapat pengaruh yang signifikan stress kerja terhadap kinerja (5) terdapat pengaruh yang signifikan kepuasan kerja terhadap kinerja (6) terdapat pengaruh yang signifikan *work family conflict*, stress kerja dan kepuasan terhadap kinerja (7) terdapat pengaruh tidak langsung *work family conflict* terhadap kinerja melalui Kepuasan kerja (8) terdapat pengaruh langsung stress kerja terhadap kinerja tanpa melalui kepuasan kerja.

**Kata kunci:** *Work family conflict, Stres Kerja, Kepuasan kerja, Kinerja Karyawan*

**ABSTRACT**

*This study aimed to know the influence of work-family conflict and job stress toward employee performance through job satisfaction as intervening variable. The study was conducted for employee's paramedic at PKU Muhammadiyah Hospital in Yogyakarta. The number of responden in thi study was 150 people composed of 23.7 persen man dan 72.7 persen woman. To process the date in this study used SPSS Windows 2017 as analytical tool. Results of the study are (1) there is significant influence work-family conflict on employee perform (2) there is significant work-stress on employee satisfaction (3) there is significant influence Work family conflict on employee satisfaction (4) there is significant work-stress on employee performance (5) there is significant work satisfaction on employee performance (6) there is significant Work family conflict, work-stress and work perform on employee satisfaction (7) there is an indirect influences work family conflict on performance work with satisfaction employee performance (8) there is an direct influences work family conflict on performance work without satisfaction employee performance.*

**keywords:** *Work-family conflict, job stress, job satisfaction, employee performance*

**PENGARUH KEPEMILIKAN MANAJERIAL, STRUKTUR MODAL, DAN UKURAN  
PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN  
MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BEI**

**Sofa Yulandari dan Rikhul Hidayat**  
e-mail: sofayulandari@gmail.com, rikhulhidayat@gmail.com  
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Y.A.I

**ABSTRACT**

*In this essay, Managerial Ownership, Capital Structure, and Corporate Values Against Company Size were researched. The independent variable is Managerial Ownership, Capital Structure, and Company Size, while the dependent variable is the value of the Company. The method of analysis in this research is test of descriptive statistics, regression analysis, classic assumption test, and hypothesis testing. The sample used in this research includes 33 companies for 2012-2015 years. Based on **t test** can be concluded that there are no variables influence the managerial ownership and capital structure to the value of the company, while there is an influence on firm size variable on value of the company. Based on the **F test** results known that managerial ownership, capital structure, and size of enterprises simultaneously affect the value of the company. Based on test results of **R<sup>2</sup>**, managerial ownership, capital structure, and size of enterprises simultaneously may explain the value of the company variable amounted to 5.7165% while the rest 94.2835% explained by variables not examined in this study.*

***keywords** : managerial ownership , capital structure company size against company value*

# **PENGARUH LINGKUNGAN KERJA TERHADAP PRODUKTIVITAS KERJA KARYAWAN DI PT. INDOSAT Tbk CABANG GARUT**

**Tinneke Hermina**

tinneke.hermina@gmail.com

Fakultas Ekonomi - Universitas Garut

## **ABSTRAK**

Suatu kondisi lingkungan dikatakan baik atau sesuai apabila manusia dapat melaksanakan kegiatannya secara optimal, sehat, aman, dan nyaman. Ketidaksihesuaian lingkungan kerja dapat dilihat akhirnya dalam jangka waktu yang lama. Lebih jauh lagi, keadaan lingkungan yang kurang baik dapat menuntut tenaga dan waktu yang lebih banyak dan tidak mendukung diperolehnya rancangan sistem kerja yang efisien. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh Lingkungan Kerja terhadap Produktivitas kerja. Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode asosiatif hubungan kausal. Populasi yang diambil untuk penelitian ini adalah karyawan PT. Indosat Cabang Garut yang berjumlah 30 orang. Seluruh data populasi akan dijadikan data sampel dalam penelitian ini, peneliti mengambil sampel berdasarkan metode sensus. Hasil penelitian produktivitas kerja dapat dipengaruhi oleh lingkungan kerja karena lingkungan kerja merupakan tempat dimana pegawai hendaknya melakukan aktivitas setiap harinya dan lingkungan kerja juga merupakan segala sesuatu yang ada disekitar para pekerja dan dapat mempengaruhi dirinya dalam melaksanakan pekerjaannya. Artinya lingkungan kerja dalam penelitian ini berpengaruh terhadap produktivitas kerja..

**Kata Kunci:** Lingkungan Kerja, Produktivitas Kerja

## HUBUNGAN PENGANGGARAN PARTISIPATIF DAN KINERJA ORGANISASI PEMERINTAH PROVINSI SULAWESI SELATAN

Seri Suriani  
seri\_suriani@ymail.com,  
Universitas Bosowa

### ABSTRAK

Tujuan makalah ini adalah untuk mengeksplorasi hubungan Penganggaran Partisipatif dan kinerja (PPK) dalam sebuah organisasi sektor publik di Pemerintah Provinsi Sulawesi Selatan. Ini juga mencoba untuk menguji apakah komitmen organisasi dan persepsi inovasi sebagai intervening hubungan Penganggaran Partisipatif dengan Kinerja organisasi. Desain / metodologi / pendekatan - Sebanyak 111 SKPD sebagai Penganggaran Partisipatif di Pemerintahan Provinsi Sulawesi Selatan, yang berpartisipasi dalam survei tersebut. Tingkat respons adalah 74 persen. Analisis jalur digunakan untuk menguji pengaruh langsung dan tidak langsung dari Penganggaran Partisipatif terhadap kinerja manajerial. Temuan – Penganggaran Partisipatif mempengaruhi kinerja manajerial melalui intervening variabel komitmen organisasi namun bukan persepsi inovasi. Ada hubungan langsung antara partisipasi anggaran, kinerja manajerial, komitmen organisasi dan persepsi inovasi. Batasan / implikasi penelitian - Ini adalah studi yang dilakukan di Pemerintahan Provinsi Sulawesi Selatan, sehingga hasilnya mungkin tidak dapat digeneralisasikan ke organisasi lain. Ini hanya melibatkan dua variabel intervening ; Komitmen organisasi dan persepsi inovasi dan menggunakan model variabel intervensi untuk menjelaskan Penganggaran Partisipatif dan hubungan kinerja. Penganggaran Partisipatif meningkatkan kinerja manajerial di Pemerintah Provinsi Sulawesi Selatan dalam dua cara; Secara langsung, sebagai konsekuensi keterlibatan manajemen dalam proses anggaran, dan juga secara tidak langsung, ketika komitmen manajer terhadap organisasi meningkat karena partisipasi dan keterlibatan mereka dalam proses anggaran. Orisinalitas / nilai - Makalah ini mengisi celah dalam literatur karena hanya sedikit penelitian yang meneliti Penganggaran Partisipatif di negara berkembang dan di organisasi sektor publik.

**Kata kunci** : Penganggaran Partisipatif, Kinerja Organisasi, Komitmen Organisasi, Persepsi Inovasi.

### ABSTRACT

*Purpose – The purpose of this paper is to explore the budgetary participation and performance relationship in a public sector organization in government of south sulawesi province, It also attempts to examine whether organizational commitment and perception of innovation mediate the budgetary participation and performance relationship. Design/methodology/approach – A total of 111 SKPD, participated in the survey. Response rate was 74 per cent. A path analysis was utilised to examine the direct and indirect effects of budgetary participation on organizational performance. Findings – Budgetary participation affects organizational performance via the mediating variable of organizational commitment but not perception of innovation. There is a direct relationship between budgetary participation, organizational performance, organizational commitment and perception of innovation. Research limitations/implications – This is a study conducted in the government of south sulawesi province, thus results may not be generalizable to other organizations. It involves only two intervening variables; organizational commitment and perception of innovation and uses the intervening variable model to explain the budgetary participation and performance relationship. Budgetary participation improves organizational performance in government of south sulawesi province in two ways; directly, as a consequence of leader involvement in the budgetary process, as well as indirectly, when leaders' commitment to the organization increases due to their participation and involvement in the budgetary process. Originality/value – This paper fills a gap in the literature as very few studies have examined budgetary participation in a developing country and in a public sector organization.*

**keywords** : *budgetary participation, organizational performance, organizational commitment, perception of innovation*

# STRATEGI PENERAPAN SISTEM KNOWLEDGE MANAGEMENT TEMBANG MACAPAT DENGAN PENGEMBANGAN SIKAP GENERASI MUDA

Yuventius Tyas Catur Pramudi , Yohan Wismantoro, dan Karis Widyatmoko

tyas.catur@dsn.dinus.ac.id

Fakultas Ilmu Komputer Universitas Dian Nuswantoro Semarang

## ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah membuat model pengembangan sikap generasi muda terhadap nilai kearifan lokal serta strategi penerapan knowledge management nilai-nilai budaya seni tembang macapat berbasis media teknologi informasi. Data primer didapatkan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada 50 Responden berusia remaja dan wawancara dengan guru macapat, budayawan dan dalang. Data dianalisis menggunakan metode statistik deskriptif dan regresi linier berupa karakteristik responden, motivasi dan orang yang mewariskan pengetahuan, sikap kognitif, sifat afektif, sikap psikomotorik dan penggunaan teknologi informasi. Hasil dari penelitian ini didapatkan bahwa adanya pengaruh signifikan sikap kognitif dan psikomotorik terhadap penggunaan teknologi informasi berkaitan knowledge management tembang macapat. Kesimpulan dari penelitian ini bahwa pemanfaatan teknologi informasi untuk penerapan knowledge management kearifan lokal sangat efektif di era sekarang ini, untuk itu perlu dikembangkan sikap kognitif dan psikomotorik generasi muda berkaitan dengan tembang macapat untuk media pewarisan dan pembentukan jati diri bangsa Indonesia.

**Kata Kunci :** Macapat, knowledge management, kearifan lokal, kognitif, afektif, psikomotorik

## ABSTRACT

*The purpose of this research is to model the attitude development of young generation toward the value of local wisdom and strategy of applying knowledge management cultural values of art of "Tembang Macapat" based on information technology media. Data was obtained by distributing questionnaires to 50 youth respondents and interviews with macapat teachers, cultural and "Dalang". Data were analyzed using description statistic method and linear regression in the form of respondent's characteristic, motivation and person who inherited knowledge, cognitive attitude, affective attitude, psychomotor attitude and use of information technology. The results of this study found that the influence of significant cognitive and psychomotor attitudes toward the use of information technology related knowledge management "tembang macapat". The conclusion of this research is that the utilization of information technology for the application of knowledge management of local wisdom is very effective in this era, therefore it is necessary to develop cognitive and psychomotor attitude of young generation related to "tembang macapat" for the media of inheritance and the establishment of national identity of Indonesia.*

**keywords:** *Macapat, knowledge management, local wisdom, cognitive, affective, and psychomotoric*

# **PENGARUH PENERAPAN *GOOD CORPORATE GOVERNANCE* TERHADAP *CORPORATE IMAGE* PADA PT. PLN (Persero) DISTRIBUSI JAWA BARAT DAN BANTEN AREA GARUT**

**Tatang Mulyana dan Irfan Gantina**  
tatang.mulyana@uniga.ac.id  
Fakultas Ekonomi, Universtas Garut

## **ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui penerapan *Good Corporate Governance* dan *Corporate Image* serta mengetahui pengaruh penerapan *Good Corporate Governance* terhadap *Corporate Image* pada PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten Area Garut. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif asosiatif dengan sampel 100 orang responden pelanggan listrik. Teknik analisis data menggunakan SEM dengan alternatif *Partial Least Square* (PLS) berbasis varians menggunakan program Smart PLS versi 3.0. Hasil penelitian menunjukkan penerapan *Good Corporate Governance* dengan kriteria baik dan *Corporate Image* juga dinilai baik. Selain itu *Good Corporate Governance* berpengaruh terhadap *Corporate Image* pada BUMN ini. Kesimpulan penelitian menunjukkan bahwa penerapan *Good Corporate Governance* oleh PT. PLN terhadap *stake holder* dengan melakukan optimalisasi kegiatan berupa pelayanan dan perluasan area jaringan kelistrikan daerah Kabupaten Garut mampu meningkatkan *Corporate Image*.

**Kata kunci :** *Good Corporate Governance, Corporate Image,*

## **ABSTRACT**

*The purpose of this study is to know the implementation of Good Corporate Governance and Corporate Image, also to know the influence of Good Corporate Governance implementation to Corporate Image at PT. PLN (Persero) Distribusi Jabar Banten , Area Garut. The research method used is associative descriptive with sample from 100 respondents of electricity customers. Data analysis techniques using SEM with Partial Least Square (PLS) alternative based on variance using Smart PLS program version 3.0. The results showed the implementation of Good Corporate Governance with good criteria, and Corporate Image is also considered good. In addition, Good Corporate Governance also give effect to Corporate Image to PT. PLN (Persero). The conclusion of the research shows that the implementation of Good Corporate Governance by PT. PLN to stake holder by optimizing activities in the form of services and area expansion of electricity network area in Garut Regency able to improve Corporate Image.*

**Keywords :** *Good Corporate Governance, and Corporate Image*

# KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PERUSAHAAN JASA TRANSPORTASI *ONLINE* (UBER) DI JAKARTA

Nursiti dan Belly Aries

Nursiti.yai@gmail.com, Belly\_aries@yahoo.co.id  
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Y.A.I

## ABSTRAK

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan (bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati) memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen perusahaan jasa transportasi *online* Uber di Jakarta. Kualitas pelayanan yang dilakukan oleh transportasi *online* Uber sudah baik dimata masyarakat kota Jakarta. Hal tersebut menyebabkan konsumen untuk menggunakan jasanya berulang kali. Metode penelitian yang digunakan adalah metode *survey* dengan cara membagikan 100 kuesioner secara langsung ke Mahasiswa/i STIE Y.A.I untuk mendapatkan data primer. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis diagram kartesius, Gap analisis, dan uji f yang bertujuan untuk mengetahui seberapa besar hubungan atau pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen jasa transportasi online uber. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen transportasi online uber adalah baik dan tingkat harapan konsumen terhadap kelima dimensi kualitas pelayanan tersebut juga tinggi. Sehingga hal ini dapat dinyatakan bahwa konsumen cukup merasa puas atas kualitas pelayanan Uber. Faktor yang mempunyai nilai tinggi terhadap kepuasan konsumen terdapat dalam variabel bukti fisik, jaminan dan empati, seperti *driver* yang berpenampilan rapi, *driver* yang selalu menjaga kebersihan kendaraan, *driver* yang sopan santun, *driver* yang selalu mengembalikan barang yang tertinggal oleh penumpang, dan perusahaan uber yang selalu mengutamakan kepentingan penumpang. Sedangkan faktor yang dianggap kurang memberikan kepuasan bagi konsumen terdapat dalam variabel keandalan dan daya tanggap yaitu perusahaan uber yang tidak dapat menyediakan transportasi tepat waktu, dan *driver* uber yang tidak dapat memperkirakan ke tempat tujuan secara tepat waktu.

**Kata Kunci:** Kepuasan Konsumen, dan Kualitas Pelayanan

## ABSTRACT

*The purpose of this research is to find out how was the service quality (physical evidences, reliability, response, certainty, and empathy) gives effect to the costumers satisfaction to UBER as an online transportation company in Jakarta. The point of view people with the service quality which given by UBER as an online transportation company to people in Jakarta is good. Therefore, the consumers use UBER repeatedly. The research methodology is using survey method by sharing 100 questionnaires to the students in STEI Y.A.I to get the primer data. The analytical method that is being used is Cartesius Diagram, Gap Analysis, and F test. The purpose is to find out how is the relationship between the service quality and consumer satisfaction to UBER as an online transportation. The result of this research has shown that the service quality makes a good consumer satisfaction and consumer level of expectation to five service quality dimensions is high. Therefore, we can infer that the consumer is pleased with the UBER service quality. Factors which have high influence on consumer satisfaction variables are in the physical evidence, certainty, and empathy. Such as the driver who dress up neatly, driver who keeps the vehicle clean, driver who has a good manner, driver who always return the consumer's belongings which are left behind, and UBER company who always put the customers at first. Factors which are regarded to give less to consumer satisfactions variables are reliability and response, for examples are UBER cannot give transportation which on time and the driver cannot predict the when will the costumers arrive at the location.*

**keywords :** *Costumers satisfication, And Service Quality*



## ENTREPRENEURIAL MOTIVATION UKM DI DESA DADAP INDRAMAYU

**Abdul Fidayan**

afidayan@yahoo.com

Universitas Sangga Buana YPKP, Bandung

### ABSTRAK

Pekerjaan masyarakat di desa ini adalah nelayan. Setiap hari mereka mencari ikan di laut. Ada pasar ikan yang menjual ikannya secara langsung kepada konsumen. Konsumen yang membeli ada yang memang dikonsumsi sendiri, ada yang menjual kembali ikannya saja, dan ada juga yang diolah menjadi produk olahan ikan diantaranya ikan asin dan kerupuk ikan. Namun jumlah masyarakat yang memanfaatkan ikan menjadi produk olahan tidak terlalu banyak jumlahnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana faktor Entrepreneurial Motivation di Desa Dadap Indramayu. Adapun faktor motivasi yang diukur adalah : *Need for Achievement, Need for Independence, Desire for Wealth, Locus of Control, Self Efficacy, Egoistic Passion, Opportunity, Resource Availability*.

**Kata kunci** : *Motivation, Entrepreneurial*

## DETERMINAN MANAJEMEN MODAL KERJA DAN KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN SEKTOR INDUSTRI DASAR DAN KIMIA

**Yuliani, Rasyid Hs Umrie, Ade Maharini Adiandari, dan Lenny Nawangsari**

yulianisyapril@unsri.ac.id, rasyidsu@gmail.com, mahariniade@gmail.com,

lenny.nawangsari@gmail.com

Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya; Fakultas Ekonomi Ngurah Rai,

Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana, Jakarta

### ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk memberikan bukti empiris tentang *Receivable Collection Period* (RCP), *Inventory Collection Period* (ICP), *Payment Deferral Period* (PDP) terhadap *Cash Collection Cycle* (CCC) dan pengaruhnya terhadap *Operating Profit Margin* (OPM). Objek penelitian adalah perusahaan sektor industri dan kimia. Unit analisis adalah perusahaan dengan 117 pengamatan. Teknik analisa data menggunakan *path analysis*. Hasil temuan penelitian bahwa RCP dan ICP berpengaruh signifikan positif terhadap CCC sedangkan PDP berpengaruh signifikan negatif terhadap CCC. Pengaruh CCC terhadap OPM adalah signifikan positif. Penelitian ini mampu memberikan bukti empiris bahwa RCP adalah jalur peningkatan tertinggi terhadap CCC.

**Kata kunci:** *Cash Collection Cycle, Inventory Collection Period, Operating Profit Margin, Payment Deferral Period, Receivable Collection Period.*

### ABSTRACT

*The purpose of this research to give empirical evidence on Receivable Collection Period (RCP), Inventory Collection Period (ICP), Payment Deferral Period (PDP) on Cash Collection Cycle (CCC) and its effect on Operating Profit Margin (OPM). The object of this study is companies in industrial and chemical sector with 117 observations. Analytical data technique used is path analysis and the results show that RCP and ICP has positive and significant effect on CCC meanwhile PDP is found to be negative and significant. The results also show that there is a positive and significant effect of CCC on OPM. This study is able to give empirical evidence that RCP is the highest path for CCC.*

**keywords:** *Cash Collection Cycle, Inventory Collection Period, Operating Profit Margin, Payment Deferral Period, Receivable Collection Period.*

## **FEAR OF SUCCESS WANITA KARIER DI BALI**

**Yeyen Komalasari dan I Gde Ary Wirajaya**

yeyenkomalasari@yahoo.com

Fakultas Ekonomi dan Humaniora, Universitas Dhyana Pura Badung Bali

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Udayana Bali

### **ABSTRAK**

Terdapat banyak faktor yang mempengaruhi pengembangan karier wanita, namun sangat jarang peneliti yang membahas mengenai *fear of success* sebagai faktor psikologis yang paling berpengaruh terhadap pengembangan karier wanita. Akhir-akhir ini sudah mulai muncul banyak pemimpin wanita yang mengindikasikan bahwa pengembangan karier wanita menunjukkan peningkatan. Beberapa literatur dan penelitian empiris mengatakan bahwa semakin tinggi *fear of success* maka semakin rendah semangat wanita untuk berkompetisi meraih prestasi sehingga mempengaruhi lambatnya pengembangan karier wanita, namun ada juga yang berpendapat bahwa *fear of success* tidak mempengaruhi pengembangan karier wanita. Dapat dikatakan bahwa perbedaan pendapat ini penting untuk diteliti sehingga dapat menjelaskan keadaan sesungguhnya yang terjadi pada wanita karier di Bali. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan proses dan mekanisme *fear of success* terhadap pengembangan karier wanita khususnya di Bali. Metode penelitian ini adalah berupa kajian kualitatif. Implikasi praktis adalah agar wanita mampu memahami dirinya secara internal psikologis, sehingga memiliki rasa percaya diri dalam meraih kesuksesan dalam pengembangan kariernya. Bagi perusahaan dan pemerintah agar mampu memahami dan memberi toleransi kepada wanita dari sisi psikologis yang dialaminya. *Orisinality statement* bahwa wanita Bali memiliki *fear of success* namun dapat diatasinya dengan baik karena memperoleh dukungan dari ajaran agama atau keyakinan yang merupakan refleksi budaya yang berakar kuat dan dukungan dari keluarga.

**Kata kunci** : *Fear of success*, Pengembangan karier, Pengembangan Karier Wanita

### **ABSTRACT**

*There are many factors that influence the women career development, but very rarely researchers who discuss about the fear of success as the most influential psychological factors on women career development. Lately, many women leaders have begun to indicate that women's career development is improving. Some literature and empirical research said that the higher fear of success the lower female spirit to compete for achievement that affects the woman's career development, but there is also a opinion that the fear of success has no effect on woman's career development. It can be said that difference of opinion is important to be examined so that it can explain the real situation that occurred a career woman in Bali. This study aims to explain the process and mechanism of fear of success towards the women's career development, especially in Bali. This research method is a qualitative study. The practical implication is that women are able to understand themselves from internal psychologically side, thus having the confidence to achieve success in her career. For companies and governments be able to understand and tolerate women from they psychological experience. The orisinality statement that Balinese women have fear of success but can cope well with it, because of the religious or beliefs support and family support.*

**keywords** : *Career development, Women career development, Fear of success*

**PENGARUH *DESTINATION IMAGE* DAN *PERCEIVED VALUE*  
TERHADAP KEPUASAN DAN *REVISIT INTENTION*  
(STUDI PADA FESTIVAL BUDAYA CAP GO MEH DI KOTA SINGKAWANG)**

**Wenny Pebrianti dan Nofiyanti**  
zulaikha\_me@yahoo.co.id  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Destination Image* dan *Perceived Value* terhadap Kepuasan dan *Revisit Intention* (Studi pada festival budaya Cap Go Meh di Kota Singkawang). Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan yang sudah pernah menonton Festival Budaya Cap Go Meh di Kota Singkawang minimal 3 tahun terakhir. Jumlah sampel sebesar 100 responden dipilih dengan cara *purposive sampling*, pengolahan data menggunakan analisis jalur. Hasil penelitian model sub struktur pertama menunjukkan bahwa variabel *destination image*, *perceived value* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan dan model sub struktur kedua menunjukkan bahwa kepuasan berpengaruh positif terhadap *revisit intention* (niat kunjung ulang).

**Kata kunci:** *destination image*, *perceived value*, kepuasan dan *revisit intention*.

**ABSTRACT**

*This study aims to examine and analyze the effect of Destination Image and Perceived Value to the satisfaction and its impact on Revisit Intention (Studies on the cultural festival Cap Go Meh in Singkawang). This research is quantitative. The population in this study are tourists who had watched Culture Cap Go Meh Festival in Singkawang at least 3 years. The sampel of 100 respondents, sampling technique that is used in this research is purposive sampling and then the data was processed by path analysis. Results of the study show that the first model image destination variables, perceived value significant positive effect on satisfaction. The results of analysis for the second model show that satisfaction have a significant effect on revisit intention.*

**keywords:** *destination image*, *perceived value*, *satisfaction* and *revisit intention*

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS LAYANAN, DAN HARGA TERHADAP  
LOYALITAS MELALUI KEPUASAN KONSUMEN PADA JASA J&T EXPRESS  
DI KABUPATEN JEMBER**

**Alfin Rosita G.W., Sudaryanto dan N. Ari Subagio**

e-mail: sudaryanto.feb@unej.ac.id

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jember

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *brand image*, kualitas layanan, dan harga terhadap loyalitas melalui kepuasan konsumen pada jasa J&T Express di Kabupaten Jember. Jenis penelitian ini adalah *explanatory research*. Populasi penelitian adalah konsumen yang menggunakan jasa pengiriman J&T Express di Kabupaten Jember. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik *purposive sampling* dan diperoleh 126 responden sebagai sampel. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis jalur/*path*. Hipotesis pada penelitian yaitu: (1) *brand image*, kualitas layanan, dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. (2) *Brand image*, kualitas layanan, harga, dan kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas. Hasil penelitian ini adalah *brand image* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Artinya *brand image* yang dimiliki sesuai dengan yang diinginkan oleh konsumen. Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Artinya kualitas layanan yang disajikan sesuai dengan yang diinginkan oleh konsumen. Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Artinya harga yang ditetapkan sudah sesuai dengan apa yang diterima oleh konsumen. *Brand image* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas. Artinya *brand image* yang dimiliki dapat mempengaruhi loyalitas dari konsumen. Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas. Artinya kualitas layanan yang disajikan dapat menimbulkan loyalitas pelanggan. Harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas. Artinya harga yang ditetapkan dapat dijangkau oleh konsumen dan menimbulkan loyalitas. Kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas. Artinya kepuasan konsumen yang diberikan dapat diterima oleh konsumen.

**Kata Kunci:** *Brand Image*, Harga, Kepuasan Konsumen, Kualitas Layanan, Loyalitas

**ABSTRACT**

*This study aims to investigate the influence of brand image, service quality, and price toward loyalty through consumer satisfaction. This is an explanatory research. Population of this study is all consumers who used the courier service of J&T Express in Kabupaten Jember. The sampling method for this study was doing with purposive sampling technique with 126 samples. From the sample the primary data was collected and then analyze using Path Analysis. The hypothesis of research are; (1) brand image, service quality, and price have significantly affect consumer satisfaction, (2) Brand image, service quality, price, and consumer satisfaction have significantly affect loyalty. The result of study was brand image has significantly affect consumer satisfaction. It means brand image that J&T have according to the consumer's expectation. Service quality has significantly affect consumer satisfaction. It means service quality which offered to consumers according to the consumer's expectation. Price has significantly affect consumer satisfaction. It means price which provided by J&T meet to the consumer's expectation. Brand image has significantly affect loyalty. It means brand image in consumer's mind powerred consumer loyalty. Service quality has significantly affect loyalty. It means that service quality which is offered to consumer's strenghten consumer loyalty. Consumer satisfaction has significantly affect loyalty. It means consumer satisfaction which is resulted from J&T courier services improve consumer's loyalty..*

**keywords:** *Brand Image, Price, Consumer Satisfaction, Service Quality, Loyalty*

**HUBUNGAN ANTARA KEPEMIMPINAN SITUASIONAL DAN IKLIM  
ORGANISASI DENGAN ORGANIZATIONAL CITIZENSHIP BEHAVIOR (OCB)  
(Studi Pada GURU PNS SD NEGERI DI KOTA BOGOR)**

**Euis Agung Arita dan Nancy Yusnita**  
nancyariadiningrat7@gmail.com  
Program Pascasarjana Universitas Pakuan, Bogor, Indonesia

**ABSTRACT**

*This empirical study was to determine the relationship between situasional leadership and organizational climate with teacher organizational citizenship behavior (OCB). Subject were chosen from 143 teachers in primary school in Bogor Region Tanah Sareal. The questionnaire was administered to 105 teachers. The very significant positive relationship between the situasional leadership of the Principal and Teacher OCB, with correlation coefficient of  $r_{y1} = 0.399$  regression equation  $\hat{Y} = 84,57 + 0.31X_1$ , coefficient of determination  $r^2_{y1} = 0.159$ ; there is a positive and very significant relationship between organizational climate with teacher OCB with correlation coefficient  $r_{y2} = 0.614$  regression equation  $\hat{Y} = 48,28 + 0.57X_2$ , and coefficient of determination  $r^2_{y2} = 0.378$ ; Third: there is a positive and highly significant relationship between the situasional Leadership of the principal and organizational climate together with teacher OCB. The strength of the relationship is based on the results of double correlation coefficient test  $r_{y12} = 0.402$  multiple regression equation  $\hat{Y} = 39,26 + 0.14X_1 + 0.50X_2$  and the coefficient of determination  $r^2_{y12} = 0,402$ . Based on the result, it can be concluded that the teacher OCB can be enhanced through situasional leadership and organizational climate, either individually or collectively.*

**keywords:** *situasional leadership, organizational climate, organizational citizenship behavior (OCB)*

**DIMENSI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DAN MARKET PERFORMANCE  
PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR DI BEI**

**I Made Sudana dan Rifqi Pramono**

Email: imadesudana@yahoo.co.id

Email: pramonoheadbang@gmail.com

Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis,  
Universitas Airlangga

**ABSTRACT**

*This research intends to examine the influence of certain dimensions of Corporate Social Responsibility (CSR) towards market performance (Tobin's Q) on companies within various industries in Indonesia. This study disaggregate CSR into 7 dimensions: environment, energy, health and safety at work, employee, product, community involvement, and general. Samples consisted of 303 companies listed on the Indonesian Stock Exchange (BEI) during 2007-2014. Results revealed the influence of each dimensions of CSR towards market performance in each industries: Environmental dimension of CSR has a significantly positive influence in basic and chemicals, mining, and properties industry, energy dimension of CSR has a significantly positive influence in consumer goods and trading industry, health and safety at work dimension of CSR has a significantly positive influence in consumer goods, plantation, transportation, and various industries, employee dimension of CSR has a significantly positive influence in trading, plantation, and various industries, product dimension of CSR has a significantly positive influence in consumer goods, basic and chemicals, finance, and mining industry, community involvement dimension of CSR has a significantly positive influence in basic and chemicals, trading, transportation, and various industries, while general dimension of CSR has a significantly positive influence only in properties industry.*

**keywords:** *Dimensions of corporate social responsibility , industry type, market performance.*

**PERAN MEDIASI *CREATIVITY* DAN *ORGANIZATIONAL TRUST*  
PADA HUBUNGAN PENGARUH *AUTHENTIC LEADERSHIP*  
TERHADAP *ORGANIZATIONAL INNOVATIVENESS***

**Dwi Ratmawati dan Nella Ladita**

dwi.ratmawati@feb.unair.ac.id

nellaladita@gmail.com

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga

***ABSTRACT***

*Innovation is a strategy used by mass media to survive in a highly competitive business landscape. Authentic Leadership, Creativity, and Organizational Trust are variables that determine Organizational Innovativeness. This study aimed to analyze the influence of Authentic Leadership on Organizational Innovativeness with Creativity and Organizational Trust as mediating variables. Data was collected from 68 respondents using questionnaires with a response rate of 83.82%. SEM-PLS and Sobel test were used to test the data and examine the mediating effect. The results of the study indicate that Authentic Leadership has a significantly positive effect to Organizational Innovativeness. Creativity can also partially mediate the influence of Authentic Leadership towards Organizational Innovativeness. Organizational Trust was found to have no mediating effect on the influence of Authentic Leadership towards organizational Innovativeness.*

***keywords:*** *Authentic Leadership, Organizational Innovativeness, Creativity, Organizational Trust*



**FAKTOR-FAKTOR LINGKUNGAN KERJA, MOTIVASI KERJA DAN KINERJA  
KARYAWAN DIVISI DESAIN PT. PAL INDONESIA (PERSERO)**

**Tri Siwi Agustina dan Zian Z. Rahman**

Email ; agustina2772@gmail.com dan zianzr@gmail.com  
Departemen Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Airlangga

**ABSTRACT**

*Employees is an important asset for the company, therefore it should be noted the things that can improve the performance of employees. Optimal performance is absolute terms to satisfy the goals of the organization. To be able to have an optimal performance, an employee in his work must have a high motivation and supported by a good working environment. Increased Work Environmental Factors and Work Motivation to become one of the factors that are expected to improve Job Performance of employees. Work Environmental Factors (X) and Work Motivation (Z) into a dependent variable with Job Performance (Y). Job Performance can be increased if the Work Environmental Factors have been applied, with the Work Motivation is mediated by becomes part of the organization. This research was conducted on employees with the status of permanent employees who worked on the Design Division PT. PAL Indonesia (PERSERO). This research aims to know that impact of Work Environmental Factors on Job Performance have an influence on employees of PT PAL Indonesia (PERSERO) and to prove that the Work Environmental Factors have an influence on Job Performance through the Work Motivation. The approach in this study using a quantitative approach. The samples on this research i.e. 64 employees divided into 5 Departments which is Basic Design Department, Hull Construction and Hull Outfitting Department, Machinery Outfitting Department, Electronic Outfitting Department, and Engineering Support Department is drawn using Census Sampling technique. In this research Work Environmental Factors are as independent variables, Job Performance as the dependent variable, and Work Motivation as an intervening variable. Analytical techniques used in this research is the Partial Least Square (PLS). The results of this research proves that Work Environmental Factors have an impact on Job Performance, and Work Motivation proved to mediate the relationship between Work Environmental Factors and Job Performance on employees with the status of permanent employees who worked on the Design Division PT. PAL Indonesia (PERSERO).*

**keywords:** *Work Environmental Factors, Job Performance and Work Motivation.*

**ANALISA WASTE DENGAN METODE VALUE STREAM ANALYSIS TOOLS (VALSAT)  
DAN USULAN PERBAIKAN DENGAN METODE FISHBONE DIAGRAM  
PADA PROSES PRODUKSI TEH DI PT. GOPEK CIPTA UTAMA**

**T. Aria Auliandri dan Retno Dwi Wulandari**  
aria@feb.unair.ac.id  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Airlangga

**ABSTRACT**

*This research aimed at identify waste and formulate effort reduction of waste production process in PT. Gopek Cipta Utama Tegal. The data used are primary and secondary data. These results indicate there are three types of waste which has the highest weight of seven waste that usually occurs in the production process is waste waiting with a weight of 6.6. waste defect with weights 6.2 and excessive waste transport with a weight of 4.4. Results showed depictions of Big Pictur e Mapping to produce as much as 1681.25 kg takes as much as 11.700 minutes. Results weighting value stream mapping tools selected three tools that have the highest weight to finish top three types of waste, the process of mapping activity, supply chain response matrix, and quality filter mapping. Process Activity Mapping results show there were a total of 59 activities in which 41 activities including value adding activity, 6 non value adding activity and 12 Necessary non value adding activity. The third factor that causes waste namely defect, waiting and transport are due to human factors, Materials, Methods and Machines. Factors that formed it, then performed the analysis using method fishbone diagram to determine the causative factor in the graph, so the company can take preventative measures and improvements to reduce waste and improve product quality by selecting the most appropriate remedy proposals to be given.*

**keywords:** *Defect, Big Picture Mapping, Value Stream Analysis Tools, Fishbone Diagram*

**PERJANJIAN ASURANSI SEBAGAI SARANA UNTUK MEMANAGE RESIKO DALAM  
TRANSAKSI BISNIS**

**Aris Armuninggar**  
fimozigha@yahoo.com  
Fakultas Ekonomi Universitas Airlangga

**KOMITMEN PADA ORGANISASI ATAU KOMITMEN PADA KARIR?  
STUDI TENTANG KEPUASAN KARIR PADA KARYAWAN PERUSAHAAN  
MANUFAKTUR DAN PERUSAHAAN JASA DI INDONESIA**

**Nuri Herachwati dan Aulia Rachma**  
Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Airlangga

***ABSTRACT***

*This study aims to determine the effect of career satisfaction on organizational commitment and career commitment. In addition, the study also aims to determine the effect of organizational commitment as variables that mediate the relationship between career satisfaction and career commitment. The sample used in this study comprises of 166 employees at a manufacture and service company. The data analysis in this study is conducted using the Partial Least Square (PLS). The results prove the existence of significant effects related to these following hypotheses: the influence of career satisfaction on career commitment; the influence of career satisfaction on organizational commitment; the influence of organizational commitment on career commitment; the influence of career satisfaction on career commitment through organizational commitment*

***keywords:*** *career satisfaction, organizational commitment, career commitment*

**“PERAN MEDIASI ORGANIZATIONAL LEARNING PADA KNOWLEDGE MANAGEMENT DAN ORGANIZATIONAL INNOVATION”**

**Jerry Setiawan dan Ida Bagus Gede Adi Permana**  
jerrysetiawaaan@gmail.com; ibg.adipermana@gmail.com  
Universitas Airlangga

**ABSTRACT**

*The purpose of this study is to analyze the mediation effect of organizational learning on knowledge management and organizational innovation. The data in this study were collected through observations and questionnaires which involved 65 employees from PT. Apaiser. Sampling was done with simple random sampling method. This study use Partial Least Square and Sobel Test in technical data testing to study the effects of mediation. The results of this study shows that organizational learning has mediation effect on knowledge management and organizational innovation. Organizational learning is proven to serve as a mediator between knowledge management and organizational innovation. Overall conclusion of this study is that*

**Keywords :** *Organizational learning, knowledge management, organizational innovation*

# PERUMUSAN STRATEGI OPERASI PT. IGLAS (PERSERO) DENGAN PENDEKATAN *QUANTITATIVE STRATEGIC PLANNING MATRIX (QSPM)*

Mochammad Alvin Wiratno dan Febriana Wurjaningrum

email: febriana.w@feb.unair.ac.id

Departemen Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Airlangga

## **ABSTRACT**

*Competition in business world today is growing up and more complex, starting from small scale of business competition to large scale of business competition. Competition is a core of a success. If a company has a high competitiveness, it has an opportunity in winning the competition, and the otherwise. This study aims to identify the external and internal environment of the company and formulating the right operation strategy for the company. In this research use a descriptive method with a top-down approach. The collecting data technique was using interviews and questionnaires for the related section in the company. Data obtained would be analyzed with 3 steps. The first step is collecting phase which contained EFE matrix and IFE matrix. The second step is matching phase which contained IE matrix and SWOT matrix. The third step is decision phase which contained QSPM matrix. The analysis results of the first steps are an EFE matrix score of 1,960 and the IFE matrix score of 1,981. The analysis result of the second step in IE matrix is setting the company in quadrant IX which referred to downsizing strategy, and the result of SWOT matrix is producing 13 alternatives of operation strategies. The analysis result from the third step in QSPM matrix is concluding that the strategy of looking for the source of capital that allows to increase the working capital with TAS score in 7,258 be the most appropriate strategy to used*

**keywords:** *Strategic Management, Operations Strategy, SWOT Analysis, Quantitative Strategic Planning Matrix*

## STRATEGI BISNIS DIVERSIFIKASI, STRATEGI BISNIS FOKUS DAN *FIRM VALUE*

**Wisudanto dan Devi Paramitha**

Email: wisudanto@feb.unair.ac.id

Email: deviparamitha30@gmail.com

Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Airlangga

### ABSTRAK

Secara umum, strategi dalam literasi klasik terbagi menjadi dua yaitu strategi bisnis diversifikasi dan strategi bisnis fokus. Kedua strategi tersebut memiliki kerangka konsep berbeda, dan bertolak belakang satu dengan lain. Tetapi kedua kerangka konsep tersebut sama-sama menjanjikan kesuksesan, keberlangsungan usaha yang pada akhirnya meningkatkan *firm value*. Penelitian ini bertujuan untuk menggali, bagaimana pengaruh strategi bisnis diversifikasi dan strategi bisnis fokus terhadap *firm value*. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 120 emiten perusahaan manufaktur yang mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Indonesia tahun 2015 dan 2016. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa strategi bisnis diversifikasi berpengaruh negatif terhadap *firm value* dan strategi bisnis fokus berpengaruh positif terhadap *firm value*. Agar *firm value* perusahaan manufaktur di Indonesia meningkat, sebaiknya CEO dan Jajaran direksi menerapkan strategi bisnis fokus.

**Kata kunci :** Strategi bisnis diversifikasi, Strategi bisnis fokus, *Firm value*

# ***POLITICAL RISK INDICATORS AND THE EFFECT OF FOREIGN DIRECT INVESTMENT IN INDONESIA***

**Fitri Ismiyanti**

email: fitri.ismiyanti@feb.unair.ac.id

Airlangga University

## ***ABSTRACT***

*This research analyzes the effect of political risk and foreign direct investment (FDI) inflows in Indonesia. This research also identifies indicators that matter most on political risk and the effect of political risk on FDI. Overall, 12 different indicators for political risk are employed in the empirical analysis. This research gathering data from giving questioner to investor tant invest in capital market, in Indonesian Stock Exchange. Factor analysis uses to compose composite value of political risk. This research argues that political risk negatively affect FDI, and government stability, level of corruption, and law and order are major indicators for political risk in Indonesia. This research will help government as regulator to conduct policy that more concern on reduction of political risk. This research found that political risk no effect on foreign direct investment in Indonesia. However, other variables such as inflation, trade, and found to affect the growth of foreign direct investment. The indicators of political risk that have the biggest impact on composite value of political risk is in the fifth component that can be used to reflect the scores of political risk factors.*

***keywords:*** *political risk, foreign direct investment, Indonesia Stock Exchange*



# **PENGARUH KUALITAS LAYANAN, HARGA DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN RITEL MODERN SYARIAH**

**Ratri Amelia Aisyah**

ratri.aisyah@feb.unair.ac.id

Departemen Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Airlangga, Indonesia

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh kualitas layanan, harga dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen pada Supermarket Sakinah di Surabaya. Data yang dikumpulkan melalui kuesioner terhadap 121 responden dan metode *purposive sampling* bagi konsumen di Kota Surabaya yang melakukan pembelian produk di Sakinah Supermarket minimal 2 kali dalam kurun waktu 1 minggu. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Partial Least Square*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas jasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kualitas jasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

**Kata kunci:** Kualitas Layanan, Harga, Kepuasan, Loyalitas

## **ABSTRACT**

*This research aims to analyze the influence of service quality, price and customer satisfaction to customer loyalty at Supermarket Sakinah Surabaya. Data is collected through questionnaire to 121 respondents and purposive sampling is chosen for customer who purchased product at least two times in a week at Supermarket Sakinah Surabaya. Partial Least Square (PLS) is used as an analytical techniques. The result showed that service quality positively and significantly influence to customer satisfaction, service quality positively and significantly influence to customer loyalty, price positively and significantly influence to customer loyalty, customer satisfaction positively and significantly influence to customer loyalty.*

**keywords:** Service Quality, Price, Satisfaction, Loyalty

# **STRUKTUR KEPEMILIKAN DAN MANAJEMEN PERSEDIAAN DALAM PERSPEKTIF *CORPORATE GOVERNANCE***

**Rahmat Heru Setianto dan Aninda Mita Varizqa**  
Departemen Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Airlangga

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine the relationship between ownership structure and inventory management in corporate governance perspective. The samples are manufacture firms listed in Indonesia Stock Exchange for the period of 2011-2015. The dependent variable used is inventory management while the independent variables are institutional ownership, managerial ownership and size of board directors as moderating variables. The result from regression analysis showed that institutional ownership has a positive effect on inventory management. Furthermore, managerial ownership as a moderating variable has positive impact (strengthen) on the relationship between institutional ownership and inventory management, while size of board directors has negative impact (weaken) on the relationship between institutional ownership and inventory management.*

**keywords:** *institutional ownership, managerial ownership, size of board directors, inventory management.*

**PENGARUH *HIGH PERFORMANCE WORK SYSTEM* TERHADAP *PERSONAL SAFETY ORIENTATION* DENGAN MEDIASI *TRUST I N MANAGEMENT***

**Anis Eliyana dan Emma Putri Opratiwi**  
Email: anis.eliyana.febunair@gmail.com  
emmaputriopratiwiwibowo@gmail.com  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Airlangga

***ABSTRACT***

*Along with the development of technology used in shipbuilding business did not reduce the number of work accidents. Still underestimated the safety of work resulting in the increasing number of work accidents that occur in each year. Therefore the need for personal safety orientation on each individual worker in order to minimize work accidents. This study aims to determine the effect of high performance work system to personal safety orientation as well as to determine the effect of high performance work system to personal safety orientation through the mediation of trust in management. The sample used in this research is 80 permanent workers in the Division of Commercial Ship (Divisi Kapal Niaga) at PT. PAL INDONESIA (Persero) Surabaya. Analysis on this research using Partial Least Square (PLS). The result of the research shows that the influence of high performance work system toward personal safety orientation through trust in management. Meanwhile, there was no significant influence between high performance work system and personal safety orientation.*

***keywords:*** *high performance work system, trust in management, personal safety orientation, PLS*

**PERAN *PERCEIVED FINANCIAL RISK* SEBAGAI VARIABEL MODERASI DAN  
KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI DALAM HUBUNGAN  
ANTARA NILAI DAN NIAT PEMBELIAN KEMBALI**

**Tanti Handriana dan Nurul Aini**

tanti.feb.unair.ac.id

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga

**ABSTRAK**

Saat ini persaingan dalam industri kuliner semakin ketat, sehingga pelaku bisnis kuliner dituntut untuk memberikan nilai yang tinggi bagi pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh nilai hedonis dan nilai utilitarian terhadap niat beli kembali dengan dimediasi oleh variabel kepuasan, dan dimoderasi oleh *perceived financial risk*. Studi dilakukan dengan metode survei pada 150 konsumen fast food di Surabaya. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis jalur (*path analysis*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai hedonis dan nilai utilitarian mempengaruhi niat beli kembali pelanggan fastfood, baik secara langsung maupun secara tidak langsung melalui kepuasan pelanggan. Sedangkan variabel *perceived financial risk* tidak memoderasi hubungan antara nilai hedonis dan niat untuk membeli kembali, demikian juga dengan variabel *perceived financial risk* ternyata tidak memoderasi hubungan antara nilai utilitarian dan niat untuk membeli kembali.

**Kata Kunci:** nilai hedonis, nilai utilitarian, kepuasan konsumen, *perceived financial risk*, *repurchase intention*.

**PENGARUH KUALITAS, RISIKO, HARGA, KEPERCAYAAN, DAN  
FAMILIARITY TERHADAP NIAT BELI MAKANAN ORGANIK  
PADA GENERASI Y DI SURABAYA**

**Masmira Kurniawati dan Ni Luh Tantri Adhiastuti**  
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Airlangga

**ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh kualitas, risiko, harga, kepercayaan, dan *familiarity* terhadap niat beli makanan organik pada generasi Y di Surabaya. Penelitian ini menggunakan teknik analisis Regresi Linier Berganda untuk menganalisis data. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat generasi Y di Surabaya. Ukuran sampel ditentukan 100 orang. Temuan penelitian ini menunjukkan: 1) Kualitas memiliki signifikan terhadap niat beli makanan organik pada generasi Y di Surabaya. 2) Risiko tidak memiliki signifikan terhadap niat beli makanan organik pada generasi Y di Surabaya. 3) Harga memiliki signifikan terhadap niat beli makanan organik pada generasi Y di Surabaya. 4) Kepercayaan tidak memiliki signifikan terhadap niat beli makanan organik pada generasi Y di Surabaya. 5) *Familiarity* memiliki signifikan terhadap niat beli makanan organik pada generasi Y di Surabaya.

**Kata kunci:** Kualitas, Risiko, Harga, Kepercayaan, *Familiarity*, Niat Beli.

## PENERAPAN *SIX SIGMA DMAIC* DALAM MENURUNKAN *DEFECT* PADA PROSES PRODUKSI SIGARET

Rikardo Hutasoit dan Indrianawati Usman  
Indrianawati-u@feb.unair.ac.id  
Magister Manajemen FEB Universitas Airlangga  
Dept. Manajemen FEB Universitas Airlangga

### ABSTRAK

**Tujuan** studi ini adalah menunjukkan peran six sigma DMAIC dalam meningkatkan keunggulan dari sebuah proses manufaktur serta daya saing perusahaan sekaligus menjamin kesinambungan bisnisnya. Metodologi DMAIC merupakan salah satu tehnik yang digunakan oleh perusahaan untuk perbaikan kualitas produknya. Penelitian ini menunjukkan penerapan secara empirik dari Six Sigma dan DMAIC untuk mengurangi defect dalam proses produksi sigaret.

**Metodologi** yang digunakan dalam penelitian ini mengikuti langkah-langkah DMAIC dengan melakukan investigasi yang sistematis untuk mengidentifikasi akar masalah yang menjadi sebab terjadinya *defect* dan memberikan solusi untuk mengurangi dan atau meniadakan sebab-sebab tersebut. Berbagai alat analisis digunakan untuk mengidentifikasi prioritas konsumen dan *Critical to Quality*, yakni SIPOC (Supplier Inputs Processes Outputs Costumer). *Pareto analysis* digunakan untuk mengukur komplin dari konsumen selanjutnya dianalisis dengan Fishbone Diagram untuk mengetahui akar masalah yang menjadi sebab terjadinya defect. Improvement dilakukan dengan menggunakan analisis dengan meniadakan dan mengurangi kegiatan yang kurang bernilai dan mencari alternative cara untuk meniadakan penyebab defect. Proses control dilakukan dengan membandingkan hasil proses perbaikan yang dicapai dengan menggunakan Control Chart. Pendekatan penelitian menggunakan single detailed case study untuk menunjukkan pemanfaatan Six Sigma, DMAIC dan berbagai *tools* yang menyertainya. Penelitian dilakukan pada salah satu mitra perusahaan sigaret terbesar di Indonesia.

**Hasil penelitian** mengindikasikan bahwa terdapat Tiga 3 *defect* yang paling banyak terjadi pada proses produksi adalah *wrinkle*, *dirty* dan, *incomplety filled*. Analisis lebih lanjut menunjukkan bahwa *Defect incomplety filled* merupakan defect kritikal yang sering terjadi. Pada tahap analisis diindikasikan ketidakkonsistenan berat jumptan tembakau dan ketidakrataan tembakau menyebabkan sejumlah *defect incomplety filled* pada proses giling. Setelah melakukan langkah perbaikan, terjadi penurunan *defect per million opportunity* dari *defect incomplety filled* sebesar 38% atau dari 4.474 menjadi 2.777.

**Implikasi praktis** yang dapat dihasilkan dalam penelitian ini adalah bahwa dengan menerapkan Six Sigma DMAIC pimpinan dapat mengidentifikasi defect secara spesifik yang sekaligus merupakan prioritas konsumen.

**Originalitas** studi ini tercermin pada implementasi *Six Sigma* dan DMAIC pada kasus yang spesifik dalam memproduksi sigaret di sebuah perusahaan pemasok (mitra) dari salah satu perusahaan sigaret terbesar di Indonesia. *Value* yang original juga didapatkan dengan menemukan perbaikan alat produksi yang mengurangi *Defect incomplety filled* merupakan defect kritikal yang sering terjadi.

**Kata kunci:** *Six Sigma, DMAIC, Defect, Critical to Quality.*

# **ENDORSEMENT, VISUAL MERCHANDISING CUES DAN RESPON KONSUMEN PADA IKLAN MAKANAN DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

**Sony Kusumasondjaja**

s.kusumasondjaja@feb.unair.ac.id  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Airlangga

## **ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini adalah menguji perbedaan *perceived quality*, *information persuasiveness*, dan niat beli konsumen yang dihasilkan oleh iklan makanan di media sosial Instagram yang menggunakan strategi endorser dan *visual merchandising cues* yang berbeda. Posting iklan makanan dengan kombinasi *visual merchandising cues* dan *endorser* yang berbeda-beda diharapkan menghasilkan respon konsumen berbeda pula. Desain eksperimental dirancang dengan faktorial 3x (endorser selebriti, orang biasa, dan pakar) 2 (*high* dan *low visual merchandising cues*) dan melibatkan 240 mahasiswa yang memiliki akun dan aktif menggunakan media sosial Instagram. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi endorsement dengan menggunakan pakar kuliner menghasilkan respon konsumen yang lebih positif pada iklan produk makanan di Instagram. Endorser selebriti justru memunculkan respon konsumen yang paling lemah. Sementara itu, iklan produk makanan di media sosial Instagram dengan high task visual merchandising cues menimbulkan respon konsumen yang lebih positif daripada dengan low task visual merchandising cues. *Perceived quality* dan *information persuasiveness* secara signifikan berpengaruh positif pada niat beli. Temuan ini memberikan informasi yang mendalam bagi pemasar produk makanan yang menggunakan media sosial Instagram sebagai instrumen komunikasi pemasarannya untuk merancang iklan untuk media sosial Instagram yang mampu menghasilkan respon konsumen yang positif.

**Kata kunci:** *endorsement, visual merchandising cues, product quality, information persuasiveness*, dan media sosial

## **ABSTRACT**

*The purpose of this research is to examine the differences in perceived quality, information persuasiveness, and consumer purchase intention resulted from food advertising posted on social media Instagram using different endorsement strategy and visual merchandising cues. Food ads posts combining different endorser and visual merchandising cues are expected to generate different consumer responses. Experimental design was developed using 3x (celebrity, expert, common people endorser) 2 (high and low task visual merchandising cues) factorial design involving 240 students having and actively using Instagram. Findings suggest that expert endorser produces more favorable consumer responses toward food ads on Instagram. Celebrity endorser surprisingly creates the least favorable responses. Meanwhile, food ads posted on Instagram presented with high task visual merchandising cues results more favorable responses than the one with low task visual merchandising cues. Perceived quality and information persuasiveness significantly influence positively towards consumer purchase intention. These findings provide insightful information for food marketers who adopt Instagram as their marketing communication vehicle to craft advertising message on Instagram that can generate positive consumer responses.*

**keywords:** *endorsement, visual merchandising cues, product quality, information persuasiveness, and social media*

## **MARKETING ETHICS INDUSTRI KREATIF DI INDONESIA: STUDI EKSPLORASI**

**Sri Hartini, Gancar Premananto, dan Jovi Sulistyanto**  
Universitas Airlangga

### **ABSTRAK**

Penelitian ini focus pada permasalahan permasalahan praktek bisnis pada industri kreatif dilihat dari etika bisnis. Penelitian ini merupakan studi eksploratori kualitatif. Permasalahan dalam studi ini meliputi Bagaimana praktek business ethics pada industry kreatif di Indonesia ,Faktor –faktor apa yang menjadi antecedent business ethics pada industry kreatif di Indonesia, Bagaimana dampak business ethics pada perilaku konsumen dalam keputusan pembelian produk industry kreatif di Indonesia, Penelitian dilakukan dengan indept interview pada 8 pengusaha pada industry kreatif. Hasil studi ini merupakan 5 proposisi yang merupakan keterkaitan hubungan antara variable anteseden dan konsekuensi dari imlementasi marketing ethics

Kata kunci : Studi eksploratif, *Business ethics*, *Industri creative*.



**THE EFFECT OF PERCEIVED ORGANIZATIONAL SUPPORT ON WORK ATTITUDE:  
THE ROLE OF CAREER COMMITMENT**

**Jovi Sulistiawan, Nuri Herachwati, dan Z. Firdaus**

jovisulistiawan@yahoo.com

herachwati@yahoo.com

zafirdaus.bum@gmail.com

*Faculty of Economics and Business, Universitas Airlangga*

**ABSTRACT**

*This study examines the effects of perceived organizational support on work attitude that consists career satisfaction, organizational commitment and turnover intention. We also examine the moderation effect of career commitment. We first proposed that employees who perceived strong support from organization will have greater career satisfaction and organizational commitment. Conversely, strong support from organization will decrease employees' intention to quit. We also proposed that career commitment has moderation effect on the relationship between perceived organizational support on organizational commitment and the relationship between organizational commitment and turnover intention. Using 93 samples from employees who work at PT Indofood Sukses Makmur Tbk Bogasari Division Surabaya, we found that career commitment has insignificant moderation effect. Our surprising finding is career satisfaction has insignificant effect to both organizational commitment and turnover intention. The main reason underlying these insignificant effect is majority respondents' age in our study is more than 40 years old. Employees' with such aged-range tend to maintain their achievements rather than pursuing higher career.*

**keywords** : *Perceived organizational support, career satisfaction, organizational commitment, turnover intention, career commitment.*

## **PENGARUH MARKETING MIX TERHADAP KEPUASAN DAN DAMPAKNYA PADA E-WOM POSITIF**

**Tino Galih Perdana dan Dien Mardhiyah**

tinogalihperdana@yahoo.co.id

dienmardhiyah@feb.unair.ac.id

Departemen Manajemen FEB Universitas Airlangga Surabaya

### **ABSTRAKSI**

Penelitian ini bertujuan untuk mempelajari faktor-faktor pendorong *E-WOM* positif melalui kepuasan pelanggan yang diperoleh dari penentuan strategi *marketing mix* pada layanan *Go-ride*. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan permodelan persamaan struktural (SEM). Konsumen yang pernah menggunakan layanan *Go-ride* di Surabaya dari berbagai umur dan pekerjaan sebanyak 185 orang digunakan sebagai responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *product, price, promotion, people, process, physical evidence* berpengaruh positif secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan variabel kepuasan pelanggan berpengaruh positif secara signifikan terhadap variabel *E-WOM* positif. Namun hasil berbeda terletak pada variabel *place* yang tidak memiliki pengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan.

**keywords:** *Marketing mix, customer satisfaction, positive E-WOM.*

## PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN INDIVIDU UNTUK BERPINDAH JENIS PEKERJAAN

**Edhitya Mardianti dan Dian Ekowati**

edhitya.mardianti-13@feb.unair.ac.id

d.ekowati@feb.unair.ac.id

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Airlangga

### **ABSTRACT**

*A job is an important component in an individual's life. As part of working life, moving between jobs or switching from one job to another has been done by many individuals. An individual might switch his job when he feels uncomfortable with his old job or for many other reasons. The purpose of this study is to determine the process of decision-making taking place within individuals in switching jobs. The method used in this study is qualitative method and data collected through in-depth interviews. There are 11 informants in this study, who were selected based on some criteria, including the fact that they had gone job switching. The results of this study show that decision-making process for switching jobs consist of three phases, (1) prediscisional phase, (2) preactional phase, and (3) actional phase. Within these stages, there are several factors that contribute to the decisions, namely anticipated job benefits, career aspiration, and generalized self-efficacy.*

**keywords:** *switching job, decision making, switching job phase, anticipated job benefits, career aspiration, generalized self-efficacy.*

## APAKAH KEBIJAKAN DIVIDEN MENCERMINKAN KUALITAS LABA?

Puput Tri Komalasari dan Kriss Sammy Ginting  
FEB Universitas Airlangga

### ABSTRAK

*Dividend policy is still to be puzzling phenomenon in academic worlds. One of the mysteries to be tested in this study is the association between dividend policy and quality of future earnings. Even though some researchers have tested empirically including in Indonesian Capital Market, but there has been no conclusive findings. Using dividend signaling theory, this study examines the relationship between dividend policy and future earnings quality in manufacturing firms listed on the Indonesia Stock Exchange for the 2007–2010 period. This study uses three types of dividend policies, namely dividend payment status, dividend payout, and persistence of dividend payment. Unlike previous research in Indonesia, this study used four proxies to measure earnings quality. Three of the four proxies are measured on the basis of accruals and a proxy in the form of income smoothing. The results of this study indicate that there is no association between dividend policy and future earnings quality. The prospect for future research is to explore theoretical framework that is appropriate for Indonesian context considering that dividend policy in Indonesia is determined based on shareholder general meeting (RUPS) and not by manager as in United States and European countries.*

**keywords:** *accrual, dividend policy, dividend status, earnings quality, income smoothing, persistence of dividend, size of dividend.*

## PENGARUH ZAKAT MAAL TERHADAP TINGKAT KESEJAHTERAAN MUSTAHIQ DI YATIM MANDIRI KEDIRI

Siti Nur Mahmudah, Tika Widiastuti, dan Imron Mawardi

nurmaaja2@gmail.com, tika.widiastuti@feb.unair.ac.id, ronmawardi@feb.unair.ac.id  
Department of Economics, Airlangga University, Surabaya,

### ABSTRAK

Yatim Mandiri merupakan salah satu lembaga yang menangani masalah zakat, yang juga merupakan salah satu Lembaga Pengelola Zakat Nasional yang telah memiliki legalitas melalui aspek legal formal yang didirikan pada tahun 2008. Dibandingkan dengan lembaga infaq lainnya, yang mana Yatim Mandiri lebih mengkhususkan membantu yatim. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui teknis penyaluran zakat maal, tingkat kesejahteraan masyarakat, dan pengaruh zakat maal terhadap tingkat kesejahteraan masyarakat (*mustahiq*) di Lembaga Yatim Mandiri. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif yang bersifat deskriptif yakni berupa angka dan statistik. Sumber data diperoleh dari hasil angket yang disebarkan pada *mustahiq* yang telah menerima bantuan dari zakat maal dan data tambahan berupa dokumen. Analisis dilakukan dengan cara pengujian validitas & realibilitas Instrumen penelitian, uji normalitas, analisis korelasi, analisis regresi linier sederhana, dan terakhir uji t. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa variabel zakat maal (X) dan variabel tingkat kesejahteraan masyarakat (Y) berdistribusi normal, dilihat dari plot yang titik-titiknya mengikuti garis sumbu. Dari analisis menggunakan *Korelasi Pearson Product Moment* mengemukakan bahwa nilai r sebesar 0,787, artinya hubungan antara variabel zakat maal (X) dan variabel tingkat kesejahteraan masyarakat (Y) adalah searah. Sedangkan dari analisis menggunakan rumus *Regresi* menghasilkan model persamaan  $Y = 15,764 + 0,690x$ . Kesimpulannya penelitian ini menerima  $H_a$ , artinya terdapat pengaruh zakat maal terhadap tingkat kesejahteraan masyarakat di Lembaga Yatim Mandiri.

**Kata kunci** : Zakat Maal, Kesejahteraan Masyarakat.

**PENGARUH TRANSFORMATIONAL LEADERSHIP DAN QUALITY OF WORK  
LIFE TERHADAP INTERPERSONAL COMMUNICATION  
IMPLIKASINYA PADA PERFORMANCE KARYAWAN**

**Agustina Hanafi dan Hendra Hadiwijaya**

Email: tinahanafi@ymail.com

Email: hendra\_hadi@palcomtech.ac.id

Universitas Sriwijaya, Fakultas Ekonomi,  
Politeknik PalComTech,

**ABSTRACT**

*The influence of transformational leadership and quality of work life on interpersonal communication implication on employee performance. Aims to know and analyze the influence of direct and indirect variable of Transformational Leadership (TL) and Quality of Work Life (QWL) to Interpersonal Communication (IC) implication on Performance of permanent employee of PT. PLN (Persero) WS2JB Palembang Branch. Analysis of this research using Structural Equation Modeling (SEM). The results of the research show the direct effect of Variable Transformational Leadership (TL) to the performance of 0.39, Quality of Work Life (QWL) to the performance of 0.07 and the interpersonal communication (IC) to the performance of 0.81. The indirect influence of transformational leadership variable (TL) on the interpersonal communication (IC) implication on the Performance of 0.356. And the influence of indirect influence of quality of work life (QWL) towards interpersonal communication (IC) implication on Performance of permanent employee of PT. PLN (Persero) WS2JB Palembang Branch at 0.186.*

**keywords:** *Transformational Leadership, Quality Of Work Life, Komunikasi Interpersonal, Performamance*

## PERILAKU KONSUMTIF *GENERATION Y* UNTUK PRODUK FASHION

L. Verina Halim dan Shasti Ayudya Rachmawati

verina@staff.ubaya.ac.id

Fakultas Psikologi Universitas Surabaya

### ABSTRAK

Segmentasi pasar dimaksudkan untuk mempermudah pemasar dalam memahami konsumen sebagai target pasarnya. Remaja atau dikenal juga sebagai *generation Y* merupakan segmen pasar yang mempunyai daya tarik tersendiri, dengan potensi pengeluaran yang relative besar dan kemudahan untuk membelanjakan uangnya, yang kadang melebihi kebutuhannya atau dikenal sebagai perilaku konsumtif. Penelitian berikut mencoba untuk menelaah perilaku ini, khususnya dalam pembelanjaan produk fashion. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan 120 mahasiswi berusia 18-25 tahun yang diperoleh dengan metode incidental sampling. Pengumpulan data dilakukan dengan angket, data diolah dengan analisis statistik deskriptif menggunakan SPSS 16. Hasil penelitian memberikan gambaran, baik mengenai data demografis maupun mengenai perilaku konsumtif *generation Y*. Saran untuk penelitian selanjutnya terkait dengan jumlah responden dan usia, agar lebih mewakili *generation Y* sebagai populasinya.

**Kata kunci :** *generation Y*, perilaku konsumtif, dan produk fashion,.

**PENGARUH KEPEMILIKAN DAN KONTROL KELUARGA  
TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN:  
ANALISA PERSPEKTIF KEAGENAN DAN *STEWARDSHIP***

**Katiya Nahda**

katiya.nahda@uii.ac.id

Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan berbagai pertentangan hasil penelitian sebelumnya terkait dengan kinerja perusahaan keluarga. Didasari oleh berbagai perdebatan apakah sebenarnya kepemilikan dan atau kontrol keluarga akan menurunkan atau meningkatkan kinerja perusahaan, peneliti tertarik untuk menjawab pertanyaan, dalam kondisi bagaimanakah kepemilikan dan kontrol keluarga dapat berpengaruh positif atau negatif terhadap kinerja perusahaan? Untuk menjawab pertanyaan tersebut, peneliti mengajukan variabel biaya keagenan (*agency cost*) dan efek *stewardship* sebagai variabel pemoderasi yang diharapkan mampu menjelaskan mekanisme pengaruh tersebut dengan lebih baik. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dengan berbagai implikasi teori yang muncul dari hasil penelitian sehingga membantu pengembangan penelitian terkait kepemilikan dan kontrol keluarga di masa yang akan datang.

**Kata kunci:** kepemilikan keluarga, kontrol keluarga, hubungan keagenan, efek *stewardship*

**ABSTRACT**

*The aims of this paper is to provides an explanation for the contradictory evidence regarding the performance of family firm. Based on various debates over whether ownership or family control will decrease or increase firm performance, this study is designed to answer the question, under what conditions, ownership and control of family will affect positively or negatively the firm performance? In order to answer that question, we propose agency cost and stewardship effect as moderating variables that are expected to give a better explanation on its influence mechanism. This research is expected to contribute to the literature and future research in this field based on theoretical and practical implications that arise from this findings.*

**keywords:** *family-owned, family-control, agency relationship, and stewardship effect.*



# STRATEGI MENINGKATKAN DAMPAK PENGGUNAAN TEKNOLOGI INFORMASI TERHADAP NILAI BISNIS

Agus Prayitno dan Harsono

agus.prayitno@dsn.dinus.ac.id

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Dian Nuswantoro Semarang

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis hubungan penggunaan TI, strategi TI, dan nilai bisnis TI serta merumuskan prioritas strategi untuk meningkatkan nilai bisnis TI. Teori yang mendasari penelitian ini adalah manajemen strategis yang mencakup model keunggulan kompetitif dan model rantai nilai bisnis. Data penelitian ini adalah persepsi 126 eksekutif perusahaan manufaktur besar di Jawa Tengah tentang indikator variabel penggunaan TI, strategi TI, dan nilai bisnis TI. Analisis yang digunakan adalah metode deskriptif dan explanatori untuk menjelaskan hubungan kausal dari variabel penggunaan TI, strategi TI, dan nilai bisnis TI. Alat analisisnya adalah model persamaan structural (SEM) dengan perangkat lunak LiSRel (*Linear Structural Relationships*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa, penggunaan TI dan strategi TI berpengaruh positif terhadap nilai bisnis. Strategi TI terbukti sebagai variabel moderator dan mampu meningkatkan pengaruh penggunaan TI terhadap nilai bisnis dengan menciptakan *value added* sebesar 33%.

**Kata kunci:** penggunaan TI, strategi TI, *value added* TI dan nilai bisnis TI

## ABSTRACT

*The purpose of this study is to analyze the relationship of IT-usage, IT-strategy, and IT business value of IT and formulate strategic priorities to improve the value of IT business. The underlying theory of this research is strategic management that includes competitive advantage models and business value chain models. The data of this study are perceptions of 126 executives of large manufacturing companies in Central Java on indicators of IT usage variables, IT strategies, and business value of IT. The analysis used is descriptive and explanatory method to explain causal relationship of IT usage variable, IT strategy, and IT business value. The analytical tool is a structural equation model (SEM) with LiSRel (Linear Structural Relationships) software. The results show that, IT usage and IT strategy have a positive effect on business value. IT strategy proved as a moderator variable and able to increase the influence of IT usage on business value by creating value added 33%.*

**keywords :** *IT usage, IT strategy, IT value added and IT business value*

**VARIABEL-VARIABEL YANG MEMPENGARUHI *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)* DAN DAMPAKNYA  
TERHADAP NILAI PERUSAHAAN  
( Studi Pada Perusahaan Perbankan Indonesia Yang Terdaftar di BEI Tahun 2014 -2016)**

**Ana Kadarningsih, Dian Prawitasari, dan Elsa Oktafianto Putri**  
ana.kadarningsih@dsn.dinus.ac.id, dian.prawitasari@dsn.dinus.ac.id  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universtas Dian Nuswantoro

**ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menganalisa variabel-variabel yang mempengaruhi *corporate social responsibility (CSR)* serta dampaknya terhadap nilai perusahaan. Data penelitian ini adalah 29 bank yang termuat dalam Bursa Efek Indonesia antara tahun 2014 sampai dengan tahun 2016. Metode pengumpulan data yaitu metode purposive sampling dan metode pengolahan data yaitu path analysis dengan SPSS Versi 16. Variabel-variabel dalam penelitian ini yaitu : pengaruh profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap CSR ( Corporate Social Responsibility ), pengaruh profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan, dan pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini menunjukkan hasil sebagai berikut CSR dan nilai perusahaan dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh profitabilitas. Sedangkan CSR dan nilai perusahaan tidak dipengaruhi oleh ukuran perusahaan. Corporate Social Responsibility (CSR) bukan variabel intervening yang dapat menjadi mediator dari pengaruh profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

**Kata kunci** : Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, CSR dan Nilai Perusahaan.

**ABSTRACT**

*The purpose of this research to know the variables that influence Corporate Social Responsibility (CSR) and the effect to Firm Value. The datas of this research are 29 banks that register in Indonesia Stock Exchange between year 2014 until year 2016. The data method is purposive sampling method and data analysis method is path analysis with SPSS Version 16. The variables in this research are the influenses of profitabilityad firm size on CSR, the influences of profitability and firm size on Firm Value, and the effect of CSR on Firm Value. This research shows that CSR and Firm Value influence by profitability positively and significantly. Otherwise CSR and Firm Value not influence by firm size. Corporate social responsibility (CSR) is not as intervening variable that can be mediator for the profitability's influence and firm size's influence on firm value.*

**keywords** : Profitability, Firm Size, CSR and Firm Value

# PELAYANAN KESEHATAN BERKEADILAN BAGI MASYARAKAT MISKIN PADA PROGRAM JAMINAN KESEHATAN NASIONAL DI FASILITAS KESEHATAN TINGKAT RUJUKAN

Nugroho Mardi Wibowo dan Yuyun Widiastuti  
nugrohomardi@uwp.ac.id  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Wijaya Putra

## ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini menganalisis secara deskriptif pelayanan kesehatan bagi masyarakat miskin berbasis keadilan. Pelayanan kesehatan berkeadilan ada 4 (empat) variabel yaitu keadilan distributif, keadilan prosedural, keadilan interaksional dan keadilan informasional. Penelitian ini juga bertujuan mengidentifikasi indikator terpenting penting pada pelayanan kesehatan berkeadilan. Lokasi penelitian di RSUD Syarifah Ambami Rau Ebu Kabupaten Bangkalan. Pengambilan sampel dengan teknik *purposive sampling* yaitu pasien dari keluarga miskin Penerima Bantuan Iuran (PBI) program Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) yang menjalani rawat inap minimal 3 (tiga) hari. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis faktor dengan menggunakan program WarpPLS versi 5.0. Berdasarkan analisis faktor menyimpulkan bahwa indikator pelayanan kesehatan yang wajar merupakan indikator penting dalam membentuk konstruksi pelayanan kesehatan keadilan distributif. Adapun indikator pelayanan kesehatan yang layak, kesungguhan perawat dalam melayani masyarakat miskin, dan pemberian informasi tentang penyakit pasien oleh RSUD masing-masing adalah indikator terpenting pada variabel pelayanan kesehatan keadilan prosedural, keadilan interaksional dan keadilan informasional. Berdasarkan analisis deskriptif menyimpulkan bahwa secara umum pelayanan kesehatan bagi masyarakat miskin pada RSUD Syarifah Ambami Ratu Ebu Kabupaten Bangkalan masih belum maksimal terutama keadilan prosedural dan informasional.

**Kata kunci:** Masyarakat Miskin, Pelayanan Kesehatan, Keadilan Prosedural, dan Keadilan Informasional

## ABSTRACT

*The purpose of this research to to analyze descriptively health care for the poor based on justice. There are 4 (four) variables of fair health care that are distributed justice, procedural justice, interactional justice and informational justice. This study also aims to identify the most important indicators for health care in justice. Location of research in RSUD Syarifah Ambami Rau Ebu Bangkalan Regency. Sampling by purposive sampling technique is patient from poor family of Beneficiary of Contribution (PBI) of National Health Insurance program (JKN) who undergo hospitalization minimum 3 (three) days. Data analysis techniques used descriptive analysis and factor analysis using WarpPLS program version 5.0. Based on the factor analysis concluded that indicator of reasonable of health care is the most important indicator in shaping the construction of health care of distributive justice. The indicator of adequate health services, the nurse's sincerity in serving the poor, and the provision of information about the patient's illness by RSUD respectively are the most important indicator on the variables of procedural justice, interactional justice and informational justice. Based on the descriptive analysis, it is concluded generally that the health service for the poor in RSUD of Syarifah Ambami Ratu Ebu Bangkalan Regency is still not maximal, especially procedural and informational justice.*

**keywords:** *the poor, health care, procedural justice and informational justice*

# PENGARUH FAKTOR FUNDAMENTAL TERHADAP NILAI PERUSAHAAN MELALUI STRUKTUR MODAL PADA PERUSAHAAN PROPERTY DI INDONESIA

Muhamad Muwidha

muhamadmuwidha03@gmail.com

Prodi Keuangan, Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Malang

## ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis pengaruh variabel fundamental berupa profitabilitas, ukuran perusahaan, struktur aktiva, pertumbuhan penjualan dan leverage operasi terhadap nilai perusahaan melalui struktur modal pada perusahaan *real estate & property* yang *go public* di BEI. Sampel penelitian berjumlah 23 perusahaan. Berdasarkan statistik deskriptif kinerja perusahaan relatif baik hanya capaian profitabilitas kurang optimal. Setelah data memenuhi uji asumsi klasik, maka diperoleh model peramaan struktural 1 dan 2. persamannya adalah  $Y1 = 0.202 - 0.16 X_1 - 0.246 X_2 + 0.268 X_3 + 0.149 X_4 + 0.394 X_5$  dan  $Y2 = 0.66 + 0.04X_1 - 0.09X_2 + 0.20 X_3 + 0.13 X_4 + 0.21 X_5 + 0.22Y_1$  Seluruh variabel fundamental berpengaruh dan signifikan. Variabel yang berpengaruh terkuat adalah Leverage Operasi (X5) sebesar dengan koefisien 39,4%.. Hanya dua variabel yang signifikan yakni variabel Struktur Aktiva (X2) dan *Leverage Operasi* (X5) terhadap Nilai Perusahaan. Untuk menyusun kebijakan struktur modal manajemen perusahaan hendaknya tetap mempertimbangkan faktor fundamental antalain profitabilitas, struktur aktiva, ukuran perusahaan, *leverage* operasi dan pertumbuhan penjualan. Untuk meningkatkan nilai perusahaan tetap juga mengelola kegiatan usaha secara efisien,namun ada dua variabel yang perlu menjadi perhatian yakni struktur aktiva dan leverage operasi.

**Kata kunci :** Variabel Fundamental, Struktur Modal dan Nilai Perusahaan

## ABSTRACT

*The purpose of this study is to analyze the effect of fundamental variables such as profitability, firm size, asset structure, sales growth and leverage of operations to the value of the company through capital structure in real estate and restaurant companies that go public in BEI. The samples research are 23 firms. Based on the statistical descriptions, the company's performance is relatively good, but the profitability achievement is less than optimal. After the data was complied with the classical assumption test, we obtain the structural equation of model 1 and model 2. The equations are  $Y1 = 0.202 - 0.16 X_1 - 0.246 X_2 + 0.268 X_3 + 0.149 X_4 + 0.394 X_5$  and  $Y2 = 0.66 + 0.04X_1 - 0.09X_2 + 0.20 X_3 + 0.13 X_4 + 0.21 X_5 + 0.22Y_1$  All fundamental variables are significant. The strongest dividing variable is Leverage of Operation (X5) with coefficient of 39.4%. The only two significant variables are Asset Structure (X2) and Operating Leverage (X5) to Company Value. To make a capital management policy, the company's management should consider fundamental factors in terms of profitability, asset structure, firm size, operating leverage and sales growth. To increase the value of the company and manage the business activities efficiently, there are two important variables that need to be considered, the asset structure and the operating leverage.*

**keywords:** *Fundamental Variables, Capital Structure and Corporate Value*

# KEUNGGULAN BERSAING UMKM MELALUI KAPABILITAS MANAJEMEN PENGETAHUAN, MANAJEMEN KOLABORASI DAN KAPABILITAS INOVASI

Heru Sulistyo dan Wuryanti

heru@unissula.ac.id

Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Sultan Agung Semarang

## ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah menguji hubungan antara knowledge management dan management collaboration terhadap kemampuan inovasi dan kinerja serta keunggulan bersaing SME's. IKM di sektor ekonomi kreatif menyumbangkan 7 persen pada produk domestik bruto (PDB) Indonesia atau mencapai Rp 650 triliun. Dalam menghadapi masyarakat ASEAN 2016 IKM industry kreatif handmade dan fashion perlu meningkatkan kinerja melalui internasionalisasi produk berorientasi ekspor. Beberapa faktor yang perlu dioptimalkan dalam meningkatkan inovasi dan kinerja IKM industry kreatif adalah kemampuan dalam mengelola dan mengembangkan manajemen pengetahuan dan meningkatkan manajemen kolaborasi. Sampel dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM industry kreatif handmade dan fashion di 3 kabupaten/kota di Jawa Tengah, yaitu Jepara, Kudus, Semarang, sebanyak 254 responden. Pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling yang berdasarkan pertimbangan UMKM industri kreatif handmade dan fashion yang sudah beroperasi minimal lima tahun dan masih eksis hingga saat ini. Pengumpulan data primer dilakukan dengan menggunakan instrumen kuesioner dan wawancara serta focus group discussion. Analisis data menggunakan deskriptif analisis dengan menggunakan SPSS dan analisis SEM dengan software AMOS 5.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kapabilitas manajemen pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap kapabilitas inovasi, kinerja dan keunggulan kompetitif UMKM di Jawa Tengah. Manajemen kolaborasi berpengaruh signifikan terhadap kapabilitas inovasi, kinerja dan keunggulan bersaing. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa kapabilitas inovasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja dan keunggulan bersaing UMKM. Kinerja berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing UMKM di Jawa Tengah.

**keywords:** *Knowledge management capability, collaboration management, , innovation capability, performance, competitive advantage*

## ABSTRACT

*The purpose of this study is to examine the relationship between knowledge management and management collaboration on the ability of innovation and performance and competitive advantage of SME's. SMEs in the creative economy sector accounted for 7 percent of Indonesia's gross domestic product (GDP) or reached Rp 650 trillion. In facing the ASEAN Community 2016 IKM creative and handmade fashion industries need to improve performance through the internationalization of export-oriented products. Some of the factors that need to be optimized in improving the innovation and performance of IKM creative industries are the ability to manage and develop knowledge management and improve collaborative management. The sample in this research is UMKM creative and handmade creative industry in 3 regencies / cities in Central Java, that is Jepara, Kudus, Semarang, as many as 254 respondents. Sampling using purposive sampling method based on the consideration of SMEs creative and handmade industries that have been operating for at least five years and still exist until today. Primary data collection was conducted using questionnaires and interview instruments as well as focus group discussions. Data analysis used descriptive analysis using SPSS and SEM analysis with AMOS 5.0 software. The result of this research shows that knowledge management capability have significant influence to innovation capability, performance and competitive advantage of UMKM in Central Java. Collaborative management has a significant effect on the capabilities of innovation, performance and competitive advantage. The results also show that innovation capability has a significant effect on performance and competitive advantage of UMKM. The performance has a significant effect on the competitiveness of SMEs in Central Java.*

**keywords:** *Knowledge management capability, collaboration management, , innovation capability, performance, competitive advantage*

# ANALISIS PENGARUH PELAYANAN PRIMA *CUSTOMER SERVICE* TERHADAP CITRA PERUSAHAAN

**Mahmudatul Himma**

himma\_poltek@yahoo.co.id

Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Malang

## ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis besarnya pengaruh variabel pelayanan prima *customer service* (X) terhadap citra perusahaan (Y) di PT Telkomsel Malang. Jenis penelitian ini adalah penelitian penjelasan (*explanatory research*) dengan pendekatan kuantitatif. Sampel penelitian adalah 90 pelanggan PT Telkomsel Malang yang datang ke customer service yang dipilih dengan menggunakan *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan, kuesioner, observasi dan dokumentasi. Adapun alat analisis yang digunakan adalah analisis validitas, realibilitas, regresi linear sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang searah dan signifikan antara variabel *pelayanan prima* (X) dengan variabel citra perusahaan (Y). Dari Uji Determinasi ( $R^2$ ) diperoleh hasil sebesar 0,525, yang artinya 52,5% citra perusahaan dipengaruhi oleh variabel pelayanan prima, Sedangkan sisanya yang 47,5% merupakan variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata kunci:** Pelayanan Prima; *Customer Service*; Citra Perusahaan

## ABSTRACT

*The purpose of this research was to find and analyze the influence of excellent service by customer service on the image of company. This research was a descriptive quantitative research with excellent service as the independent variable (X) and the image of the company as the dependent variable (Y). This study used the data collection techniques of observation, questionnaires, and documentation. The purposive sampling technique was used to select 90 customers of PT Telkomsel Malang and the data analysis used validity, reliability test, linear regression and hypothesis test. The result of study show that excellent service variable, effect toward image of company. Determination of test ( $r^2$ ) obtained the results of 0,525, which means 52.5% image of companies influenced by variable excellent service, while the rest who 47.5% is other variables that not discussed in this study*

**keywords:** *excellent service, customer service and image of company*

## **KEWIRAUSAHAAN MANDIRI PEREMPUAN BERBASIS KEARIFAN LOKAL DAN FILOSOFI HINDU DI BALI**

**Made Wahyu Adhiputra dan Ni Wayan Suartini**  
madewahyuadhiputra@gmail.com  
Fakultas Ekonomi, Universitas Mahendradatta, Bali

### ***ABSTRACT***

*The topic focus on human resource development by education and entrepreneur training based on potentation and local wisdom in pushing the gender equele and empowerment of women according the third aspec of MDGs. The aim of this research are : (1) to identify the necessary and local potentation which use indenpenden effort for woman in Bali Province in acceleration of economic development. (2) To make design enterpreneur training model for woman based on local wisdom and can be use as acceleration of economic development in Bali Province. This result showed that 1) Many effort based on local potential spreadheaded by woman, can be developed in the area of economic acceleration. 2) Indigenou woment have Bali in entrepreneurship that ""bani meli bani ngadep". This sentence means "brave dare buy sell". Based on Hinduism philosophy: Tri Hita Karana (Three Holy Deeds) which focusing on the balance of good relation between human and God, among human, and human with their surrounding or environment.*

***keywords:*** *Enterpreneur, Gender and Local Wisdom*

## THE ANALYSIS OF TOURISTS' MOTIVATION TO VISIT KUBURAN WANGI TRUNYAN

**Made Wahyu Adhiputra**  
madewahyuadhiputra@gmail.com  
Mahendradatta University, Bali, Indonesia

### **ABSTRACT**

*Tourist behavior is influenced by several factors, such as cultural factors, social factors, personal factors and psychological factors. Personal and psychological factors are an important part that needs to be studied further in order to make a proper tourism marketing strategy. This research aims to analyze tourists' motivation who visits Kuburan Wangi Trunyan in Bangli, Bali which is grouped into: (1) Physical or physiological motivation (2) Cultural motivation (3) Social or interpersonal motivation and (4) Status and Prestige motivation. A descriptive research was conducted with in depth interview of 80 tourists, field observation and collecting documents. The data collection used was primary data, taken by spreading questionnaire to 70 visitors. A purposive sampling was used to select the respondent surveyed for this research. Based on the statistical analysis of motivations that influence tourists to visit Kuburan Wangi Trunyan is interpersonal motivation.*

**keywords:** *Tourist behavior, Tourists' motivation, Kuburan Wangi Trunyan*



**CREDIT SERVICES BENEFITS OF MICRO ENTREPRENEURS SEEK FROM  
LEMBAGA PERKREDITAN DESA (LPD): AN EXPLORATORY STUDY**

**Made Wahyu Adhiputra dan Dewa Gede Putera**  
madewahyuadhiputra@gmail.com  
Fakultas Ekonomi, Universitas Mahendradatta, Denpasar, Bali

**ABSTRACT**

*Financial institution / Lembaga Perkreditan Desa (LPD) always try to maintain their customers by delivering superior benefits to satisfy them. In order to formulate the right strategy they should know what benefits their customers wants. LPD, as a small financial institutions is demanded to keep a long term relationship with micro enterprises as a potensial customers. This study aims to explore the kinds of benefits of credit delivering services of LPD. Research involved 50 micro entrepreneurs of LPD customers at Denpasar City. Data was collected through survey method and analyzed by Crosstab Analysis and Factor Analysis. The results found that there are four factors relational benefits that micro enterprises want from LPD when they get credit delivering services. These factor are trust benefits, social benefits, special treatment benefits and reliability benefits . The implications of these results are LPD should maintain their confidence benefits by providing an effective communication (accurately and clearly) to customers, improving their relationships with customers and maintaining the reliability of credit delivering services. Research also found that LPD should deliver special treatment for micro enterprises segment and obey the Awig-awig (traditional law).*

**keywords:** *Relational Benefits, Micro Enterprises, Lembaga Perkreditan Desa (LPD), Awig-awig.*

## KEPUTUSAN PENGELOLAAN LINGKUNGAN DENGAN DUKUNGAN ARSITEKTUR SISTEM CERDAS

Made Wahyu Adhiputra dan Dewa Nyoman Usada  
madewahyuadhiputra@gmail.com  
Fakultas Ekonomi, Universitas Mahendradatta

### ABSTRAK

Perusahaan harus memiliki strategi yang tepat untuk dapat bertahan di lingkungan yang sangat kompetitif. Salah satu strategi yang harus dipilih perusahaan terkait dengan pengelolaan lingkungan. Manajemen dihadapkan pada kompleksitas dari pengelolaan lingkungan, sehingga manajemen sulit untuk memilih keputusan yang tepat. Untuk itu diperlukan sistem yang mempermudah proses pengambilan keputusan. Tulisan ini bertujuan untuk mempermudah pembuatan sistem informasi pengelolaan lingkungan yang menghasilkan arsitektur dari *Intelligent Environmental Decision Support System* (IEDSS). IEDSS adalah sistem informasi cerdas untuk pengelolaan lingkungan yang dinamis berbasis pengetahuan yang membantu mempermudah pengambilan keputusan melalui alternatif – alternatif yang diperoleh dari hasil pengolahan data, informasi dan rancangan model. Arsitektur generik IEDSS adalah *framework* untuk membuat sistem pendukung keputusan pengelolaan lingkungan berbasis *Artificial Intelligent* (AI) dengan model pengukuran kinerja sebagai sifat, pengetahuan dan alat bantu pengambilan keputusan. Model pengukuran kinerja yang digunakan dalam arsitektur IEDSS adalah pengembangan model *Balanced Scorecard* (BSC) dan *Analytic Hierarchy Process* (AHP).

**Kata kunci:** *Intelligent Environmental Decision Support System* (IEDSS), Pengelolaan Lingkungan, *Balanced Scorecard* (BSC), *Analytic Hierarchy Process* (AHP).

### ABSTRACT

*Enterprise must have an appropriate strategies to survive on high competitive environment. A strategy that enterprise have to choose is related to environment management. The complexity of environment management made the management face high difficulty level to make an appropriate strategy. There for a system to make easier decision is needed. The aim of this paper is made easier process of development environment management information system, with the result is an Architecture of Intelligent Environmental Decision Support System (IEDSS). IEDSS is a knowledge base dynamic intelligent information system of environmental management that help decision process trough alternatives building from data, information processing and model design. Generic architecture of IEDSS is a framework to build environmental decision support system base on artificial intelligent (AI) with performance measurement model as nature, knowledge and tools of decision process. Performance measurement model that use in architecture of IEDSS is model development of Balanced Scorecard(BSC) and Analytic Hierarchy Process (AHP).*

**keywords :** *Intelligent Environmental Decision Support System* (IEDSS), *Environmental management*, , *Balanced Scorecard*(BSC), *Analytic Hierarchy Process* (AHP).

## STUDI DAMPAK PENGEMBANGAN USAHA KREATIF TENUN IKAT BAGI PEREKONOMIAN KABUPATEN ENDE

Avianita Rachmawat dan Reyna Virginia Nona

(ibuavi@gmail.com)

(reynadriya@yahoo.co.id)

Fakultas Ekonomi Universitas Flores

### ABSTRAKSI

Fokus studi ini adalah mengeksplorasi lingkungan usaha tenun ikat Kabupaten Ende baik internal maupun eksternal, dan konektivitasnya dengan *forward linkage* dan *backward linkage*. Dimana *backward linkage* berkaitan dengan pelaku usaha dalam memproduksi produk tenun ikat ende, sedangkan *forward linkage* berkaitan dengan inovasi produk lanjutan dengan berbahan dasar tenun ikat. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan pendekatan komparasi *triangle information gathering* yaitu melalui *depth interview*, data sekunder (literature, regulasi, data pengusaha dan pengrajin), dan distribusi angket pada responden akan melengkapi mapping kekuatan ekonomi kreatif di Kabupaten Ende. Pengambilan data dilakukan pada penyebaran beberapa kecamatan yakni Kelimutu, Pulau Ende, Nangapenda, Ende, Wolojita, Wolowaru, Ndonga, Ende Utara, Ende Selatan dan Ende Timur. Berdasarkan rumus slovin, dengan menggunakan data populasi berasal dari data jumlah penenun Kab. Ende, maka distribusi sampel terfokus pada 82 penenun. Hasil penelitian pada aspek *backward linkage*, menunjukkan bahwa kualitas penggunaan bahan baku tenun masih berupa bahan baku biasa tanpa inovasi dan modifikasi yang notabene harus mengikuti trend permintaan pasar. Berdasarkan analisis pada aspek *forward linkage*, berhubungan dengan optimalisasi inovasi produksi diantaranya diversifikasi produk turunan dari tenun ikat. Hasil analisis *forward linkage*, terdapat potensi kemauan penenun untuk kemitraan. Namun, pada kenyataannya, kemitraan dan pemasaran kolaboratif belum dilakukan. Dapat disimpulkan bahwa optimalisasi aspek *forward linkage* belum didorong secara maksimal pada sisi lain terdapat semangat *entrepreneurship* untuk maju dan mau berkembang. Sistem rantai nilai pemasaran pada industri kreatif tenun ikat terdapat 4 model. Model pertama, penenun, kelompok, pps bali, eksportir dan pembeli. Model kedua, penenun, artshop dan pembeli akhir. Model ketiga, dimulai dari penenun, pengepul, toko dan pembeli akhir. Model keempat dari penenun langsung ke tangan pembeli akhir.

**Kata kunci :** atribut produk, ekonomi kreatif, tenun ikat Ende, diversifikasi produk tenun

# TATA KELOLA PERUSAHAAN, KARAKTERISTIK PERUSAHAAN DAN PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL

Yulius Kurnia Susanto dan Daves Joshua

yulius@tsm.ac.id  
STIE Trisakti

## ABSTRAK

Tujuan penelitian adalah untuk mendapatkan bukti empiris pengaruh tata kelola perusahaan dan karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan non keuangan. Tata kelola perusahaan meliputi ukuran komisaris, komisaris independen, komite audit, konsentrasi kepemilikan, kepemilikan asing dan kepemilikan public. Karakteristik perusahaan meliputi ukuran perusahaan, leverage, umur perusahaan, tipe industri dan profitabilitas. Sampel penelitian terdiri dari 690 data dari 179 perusahaan non keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari 2011 sampai 2014 dan dipilih dengan metode *purposive sampling*. Data tersebut dianalisis dengan analisis regresi berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa komisaris independen, komite audit, konsentrasi kepemilikan, kepemilikan publik, ukuran perusahaan dan tipe industri memiliki pengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan. Sedangkan ukuran komisaris, kepemilikan asing, *leverage*, umur perusahaan dan profitabilitas tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan.

**Kata Kunci:** Pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan, ukuran komisaris, komisaris independen, komite audit, konsentrasi kepemilikan, kepemilikan asing, kepemilikan publik, ukuran perusahaan, *leverage*, umur perusahaan, jenis industri, profitabilitas.

## ABSTRACT

*The purpose of this study was to get empirical evidence about the effect of corporate governance and firm characteristic on corporate social responsibility disclosure. The corporate governance include board size, board independent, audit committee, ownership concentration, foreign ownership and public ownership. The firm characteristic include firm size, leverage, firm age, type of industry and profitability. Sample of this study consisted of 690 data from 179 non finance companies listed in Indonesia Stock Exchange from 2011 to 2014 and selected by purposive sampling method. Data were analyzed by multiple regression analysis. The results showed that board independent, audit committee, ownership concentration, public ownership, firm size and type of industry have an effect on corporate social responsibility disclosure. While the board size, foreign ownership, leverage, firm age and profitability have no effect on corporate social responsibility disclosure.*

**keywords:** *Corporate social responsibility disclosure, board size, board independent, audit committee, ownership concentration, foreign ownership, public ownership, firm size, leverage, firm age, type of industry, profitability*

**PENGARUH MARKET SIZE, KINERJA PERUSAHAAN, NILAI PERUSAHAAN, LEVERAGE, DAN KESEMPATAN BERTUMBUH TERHADAP STOCK RETURN**

**Refan Leonardo Wisuta dan Stella**

refan.leonardo@gmail.com

stella@stietrisakti.ac.id

STIE Trisakti

**ABSTRAK**

Tujuan penelitian adalah untuk menguji dan menganalisis pengaruh *market size*, kinerja perusahaan, nilai perusahaan, *leverage* dan kesempatan bertumbuh terhadap *stock return*. Objek penelitian adalah perusahaan sektor batu bara yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2010-2014. *Purposive sampling* digunakan sebagai teknik pemilihan sampel, 8 perusahaan yang memenuhi kriteria dan dianalisis menggunakan regresi data panel dengan alat uji *Eviews 8* dan model *random effect* untuk menguji hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kinerja perusahaan dan nilai perusahaan berpengaruh terhadap *stock return*. Sedangkan *market size*, *leverage* dan kesempatan bertumbuh tidak berpengaruh terhadap *stock return*.

**Kata Kunci:** *Stock return, market size, kinerja perusahaan, nilai perusahaan, leverage, kesempatan bertumbuh.*

**ABSTRACT**

*The purpose of this research is to test and analyze empirically the influence of market size, firm performance, firm value, leverage, and growth opportunity toward stock return. The object of this research is coal mine sector companies that listed in Indonesia Stock Exchange period 2010-2014. The purposive sampling is used as sampling technique, where 8 companies met the criteria and were analyzed using Eviews8 panel data regressions with random effect model to test the hypothesis. The result of this research shows firm performance and firm value influence stock return. While market size, leverage and growth opportunity do not influence stock return.*

**keywords:** *Stock return, market size, firm performance, firm value, leverage, growth.*

# FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KUALITAS AUDIT PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR

Florian Wulandari Hadi dan Irwanto Handoyo

wulandariflorian@gmail.com

irwanto@stietrisakti.ac.id

STIE Trisakti

## ABSTRAK

Tujuan penelitian adalah untuk mendapatkan bukti empiris mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi ukuran KAP, *leverage*, pertumbuhan perusahaan, ukuran perusahaan, kepemilikan institusional, kepemilikan manajerial dan umur perusahaan sebagai variabel independen terhadap kualitas audit sebagai variabel dependen pada perusahaan manufaktur di Indonesia. Periode penelitian ini adalah 3 tahun dari 2012-2014 dan populasi penelitian ini adalah seluruh perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan perusahaan yang memenuhi kriteria sebanyak 65 perusahaan manufaktur yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia, 195 data. Metode penelitian dalam penelitian ini adalah regresi berganda dan uji hipotesis. Hasil dalam penelitian ini adalah *leverage* memiliki pengaruh terhadap kualitas audit, sedangkan ukuran KAP, ukuran perusahaan, pertumbuhan perusahaan, kepemilikan institusional, kepemilikan manajerial dan umur perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap kualitas audit.

**Kata Kunci:** Audit *quality*, ukuran kap, *leverage*, pertumbuhan perusahaan, ukuran perusahaan, kepemilikan institusional, kepemilikan manajerial, umur perusahaan.

## ABSTRACT

*The objective of this research is to obtain empirical evidence of auditor size, leverage, company growth, company size, institutional ownership, managerial ownership and company ages as independent variables to audit quality as dependent variable in Indonesian manufacturing companies. The research period is three years from 2012-2014 and population in this research is all listed companies in Indonesian Stock Exchange. Samples are obtained through purposive sampling method, which only 65 of listed manufacturing companies in Indonesian manufacturing companies meet the sampling criteria, resulting 195 data. Multiple linear regressions and hypothesis testing are used as the data analysis method in this research. The result of this research shows that leverage statistically have effect on the audit quality. While auditor size, company growth, company size, institutional ownership, managerial ownership and company ages have no effect on audit quality.*

**keywords:** *Audit quality, auditor size, leverage, company growth, company size, institutional ownership, managerial ownership, company ages.*

## EFFICIENCY OF STATE-OWNED BANKS AND FOREIGN BANKS IN INDONESIA: STOCHASTIC FRONTIER ANALYSIS AND ANALYSIS OF VARIANCE

**Asti Mardiana Putri dan Wisnu Mawardi**

astimardiana@gmail.com

wisnumawardi@yahoo.co.id

Management Department, Faculty Of Economics and Business, Diponegoro University

Prof. Soedharto SH Street, Tembalang, Semarang 50239, Phone: +622476486851

### ABSTRACT

*The dominant role of banks in Indonesia makes bank should have a healthy financial performance. A way to maintain good financial performance by analyzing the level of efficiency so it can be seen how banks are efficient, healthy and able to survive in any economic conditions. The purpose of this research is to analyze the efficiency level of state-owned banks and foreign banks in Indonesia in period between 2010-2014 based on three approaches; operational approach, intermediation approach and asset approach. The analytical method used are Stochastic Frontier Analysis (SFA) using production function and Analysis Of Variance (ANOVA). SFA method used to measure efficiency level and the result appears in numeric score 0-1 form. The closer the result with score 1 so the banks getting closer with the perfect efficiency level. One Way ANOVA is used to find out the difference of state-owned bank and foreign bank efficiency level in every approaches. This research shows the results that efficiency level of state-owned banks and foreign banks in Indonesia is increasing in every period between 2010-2014 using operational approach, intermediation approach and asset approach. At operational approach, the average efficiency on state-owned banks are 0,97677198 and foreign banks are 0,78301436. At intermediation approach, the average efficiency on state-owned banks are 0,98241996 and foreign banks are 0,42062963. At asset approach, the average efficiency on state-owned banks are 0,322442 and foreign banks are 0,22159316. The results of hypothesis testing shows that there is significance difference in efficiency level of state-owned banks and foreign banks based on operational approach, intermediation approach and asset approach. Both state-owned banks and foreign banks have to increase the efficiency level on asset approach because it has the lowest values.*

**keywords** : *Efficiency, Operational Approach, Intermediation Approach, Asset Approach, Stochastic Frontier Analysis (SFA), ANOVA.*

**GENDER MEMODERASI  
PENGARUH PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN  
TERHADAP INTENSI KEWIRAUSAHAAN**

**Anik Kusmintarti, Sidik Ismanu, dan Nur Indah Riwijanti**

kusmintarti@yahoo.co.id

sidik99@ymail.com

nurindah12@gmail.com

Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Malang

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pendidikan kewirausahaan terhadap intensi kewirausahaan dengan menggunakan gender sebagai variable moderasi. Populasi penelitian adalah mahasiswa Program Mahasiswa Wirausaha Politeknik Negeri Malang tahun 2015 dan 2016. Pengumpulan data menggunakan kuesioner yang didistribusikan pada 90 mahasiswa sebagai sampel yang dipilih dengan menggunakan *purposive sampling*. Analisis data menggunakan statistik deskriptif dan analistik regresi moderasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan telah dilaksanakan secara efektif sehingga motivasi mahasiswa untuk merealisasikan ide bisnis meningkat. Selanjutnya, hasil analisis regresi menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan diantara mahasiswa laki-laki dan perempuan yang telah mengikuti pendidikan kewirausahaan (kuliah kewirausahaan, kegiatan kewirausahaan, seminar kewirausahaan, ekspo kewirausahaan dan praktek usaha) untuk merealisasikan ide bisnis mereka menjadi usaha baru dimasa yang akan datang setelah mengumpulkan modal.

**Kata kunci:** Pendidikan Kewirausahaan, Intensi Kewirausahaan dan Gender

**ABSTRACT**

*This study aims to analyse the effect of entrepreneurial education on entrepreneurial intention by using gender as mediator variable. The population consisted of students from Entrepreneurial Student Program in 2015 and 2016 at the State Polytechnic Malang. The data collection conducted based on questionnaires distribution to 90 respondents as sample selected through judgement sampling technique. The data was analysed using descriptive statistics and moderate regression analysis. The results show that entrepreneurial education has been implemented effectively, thus the students' motivation to actualize their business ideas into real future business has increased. Furthermore, the findings also show that there is no difference between male and female students who have attended entrepreneurial education (lectures, entrepreneurial activities, entrepreneurship seminars, entrepreneurial expo and business practices) to implement their bussines ideas into new future real bussineses after raising capital.*

**keywords:** *Entrepreneurial education, entrepreneurial intention and gender*



**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PRODUK FASHION MELALUI *ONLINE SHOPPING*  
(Studi Kasus pada Mahasiswa di Kota Malang)**

**Yunia Afiatin, Ludfi Djajanto, dan Kuni Utami Handayawati**  
yunia.afiatin@gmail.com., ludfimg@yahoo.com., kuniutamih@yahoo.com  
Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Malang

**ABSTRAK**

Seiring dengan perkembangan teknologi dan meningkatnya penggunaan internet ,ternyata tidak hanya digunakan dalam komunikasi tetapi juga dalam perdagangan melalui internet (*e-commerce*), termasuk *online shopping*. Tujuan Penelitian adalah untuk menganalisis apakah persepsi konsumen terhadap harga jual,produk,kenyamanan pelayanan,dan tingkat kepercayaan berpengaruh terhadap pengambilan keputusan pembelian produk fashion melalui *online shopping*. Analisis data yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif. Penelitian dilakukan dengan populasi seluruh konsumen *online shopping*, dengan sampel mahasiswa di kota Malang.Teknik pengambilan sampel menggunakan tehnik *non propability sampling*. Skala pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala Likert yang terdiri dari 5 skala. Untuk mengetahui keabsahan data digunakan Uji Validitas dan Reliabilitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel harga jual ( $X_1$ ), produk( $X_2$ ), pelayanan ( $X_3$ ) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian ( $Y$ ). Variabel tingkat kepercayaan ( $X_4$ ) berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan beli ( $Y$ ). Terdapat pengaruh yang simultan antara variabel independen harga jual ( $X_1$ ), produk ( $X_2$ ), pelayanan ( $X_3$ ), dan tingkat kepercayaan ( $X_4$ ) terhadap variabel dependen keputusan pembelian ( $Y$ ). Dalam penelitian ini pengaruh paling dominan dalam keputusan pembelian produk fashion di *online shop* adalah variabel tingkat kepercayaan ( $X_4$ ).

**Kata kunci:** *Online shopping*, Keputusan Pembelian

**ABSTRACT**

*Along with the development of technology and the increasing use of the Internet, it is not only used in communication but also in commerce via the internet (e-commerce), including online shopping. Research objective is to analyze whether consumer perceptions of selling price, product, service convenience, and level of trust affect the decision making of purchasing fashion product through online shopping. Data analysis used is descriptive quantitative. The research is conducted with the population of all online shopping consumers, with students in Malang city for sample. Sampling technique used is non probability sampling technique. Scale of measurement on this research used Likert scale consisting of 5 scales. Validity and reliability test are used to find the validity of the data. The results showed that partially selling price ( $X_1$ ), product ( $X_2$ ), service ( $X_3$ ) did not significantly influence purchasing decision variable ( $Y$ ). Level of trust variable ( $X_4$ ) has significant effect to purchasing decision variable ( $Y$ ). There is a simultaneous influence between independent variables of selling price ( $X_1$ ), product ( $X_2$ ), service ( $X_3$ ), and trust level ( $X_4$ ) to the dependent variable of purchasing decision ( $Y$ ). In this research the most dominant influence in the purchasing decision of fashion products in online shop is the level of trust ( $X_4$ ).*

**keywords:** *Online shopping, Purchasing Decision*

## **PENINGKATAN KEPUASAN PELANGGAN MELALUI KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *OLD TOWN WHITE COFFEE* SEMARANG**

**Mahmud, Ariati Anomsari, dan Perdana Sigit Purnomo**

mahmud@dsn.dinus.ac.id

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Dian Nuswantoro Semarang

### **ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini untuk menguji dan menganalisis pengaruh pemasaran pengalaman dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian dan kepuasan pelanggan *Old Town White Coffee* di Semarang. Metode pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner dan teknik analisis menggunakan *Structural Equation Modeling (SEM)* terhadap 180 responden. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan program AMOS versi 22. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Teknik pengujian data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji validitas, uji reliabilitas dan uji asumsi *Structural Equation Modelling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pemasaran pengalaman dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan kepuasan pelanggan. Keputusan pembelian berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan

**Kata kunci :** pemasaran pengalaman, kualitas pelayanan, keputusan pembelian, dan kepuasan pelanggan

### **ABSTRACT**

*The purpose of this research to examine and analyze the influence of experiential marketing and service quality to purchase decision and customer satisfaction of Old Town White Coffee in Semarang. The method of collecting data using questionnaire and analysis techniques used Structural Equation Modeling to the 180 respondents. Analysis of the data in this study using AMOS program version 22. The sampling technique used is purposive sampling and testing techniques of data used in this study include the validity, test reliability and Structural Equation Modeling's assumption test. The results showed that the variable experiential marketing and service quality have positive and significant effect on purchase decision and customer satisfaction. Purchase decision have positive and significant effect on the customer satisfaction.*

**keywords :** *experiential marketing , service quality, purchase decision, and customer satisfaction*

## PERAN PENDAMPING DALAM MENINGKATKAN EFEKTIVITAS DANA PERGULIRAN PNPM – MP PADA PEDAGANG KECIL

Andi Asdani, Atika Syuliswati, dan Koko Nakulo

andiasdani@yahoo.co.id, atikasyuliswati@gmail.com, koko.phd.prog@gmail.com

Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Malang

### ABSTRAK

Dana Perguliran PNPM – MP menjadi tidak efektif jika tidak dipergunakan sesuai sasaran khususnya bagi pedagang kecil. Artinya meskipun diberikan dana perguliran, tetapi pedagang kecil belum dapat mengembangkan usahanya atau belum merasakan manfaat dana perguliran karena tidak dipergunakan untuk usaha. Oleh karena itu, diperlukan upaya untuk meningkatkan efektivitas dana perguliran dengan memaksimalkan peran pendamping (Faskel Ekonomi) setingkat kelurahan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui peran pendamping dalam Meningkatkan Efektivitas Dana Perguliran PNPM – MP pada pedagang kecil di Kelurahan Tulusrejo Kota Malang. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan metode pengumpulan data observasi, wawancara dan dokumentasi. Dari hasil penelitian ini diketahui bahwa pendampingan yang dilakukan oleh Faskel (fasiliator kelurahan) Ekonomi untuk saat ini hanya terbatas pada pendampingan untuk BKM/UPK saja, sedangkan pendampingan untuk KSM (pedagang kecil) masih belum dilakukan. Hal ini menyebabkan berbagai masalah terutama tidak tepatnya penggunaan dana perguliran dan tingkat kemacetan yang tinggi. Oleh karena itu, pendampingan untuk KSM sangat perlu dilakukan, yaitu dengan mendatangi, membina, mengarahkan dan mengawasi serta mengevaluasi kegiatan KSM khususnya dalam mengelola dan memanfaatkan dana perguliran.

**Kata kunci :** PNPM-MP, Pedagang Kecil, Kota Malang

### ABSTRACT

*PNPM-MP Revolving Fund would be ineffective if it is not right on the target particularly for small traders. This means that the revolving fund received by small traders has not been able to develop the business or the benefits of the revolving fund cannot be realized since it is not utilized for business purposes. Therefore, efforts for improving the effectivity of revolving fund through maximizing the role of assistance (Economic Urban Communities Facilitator) at the village level are essential. The objective of this research is to determine the role of assistance in improving the effectivity of the PNPM-MP revolving fund on small traders at Tulusrejo Urban Communities of Malang. This descriptive qualitative research employed observation, interview, and documentation as the methods for collecting the data. Results indicated that the current assistants provided by Urban Communities Facilitator is merely limited to the assistants of BKM/UPK while the assistance for KSM (small traders) has not yet carried out. This has led to various problems especially in the inaccurate use of the revolving fund and high level of congestion. Thus, assistance for KSM is indispensable to be conducted through visiting, fostering, directing and supervising and evaluating KSM activities, specifically in managing and utilizing the revolving fund.*

**keywords:** PNPM-MP, small traders, Malang City

**RASIO UTANG DAN DIVIDEN MEMEDIASI PENGARUH  
INVESTMENT OPPORTUNITY SET TERHADAP NILAI PERUSAHAAN**

**Rudolf Lumbantobing**

E-mail: rudolf.tobing@ukrida.ac.id

Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Krida Wacana, Jakarta.

**ABSTRACT**

*This study aims to measure the effect of the investment opportunity set to the value of firm which mediated by debt ratio and dividend policy. This study used secondary data which were taken on an annual basis from 2011 to 2015. The samples are all industries that listed in the Indonesian Stock Exchange except for the banking and other financial institution industry. Test for the model coefficients were conducted by regression and path analysis. The findings showed that IOS has significant negative effect on dividend policy and debt ratio, but IOS has positive significant effect on firm value. While the dividend policy has a positive significant on debt ratio and firm value, while the debt ratio has a positive significant effect on firm value. This study concluded that the positive effect of IOS on the firm value is not significant when the company decides to pay dividends.*

**keywords:** *Investment Opportunity, Debt Ratio, Firm Value, Dividends, Path Analysis*

# SIKAP KERJA DAN *ORGANIZATIONAL CITIZENSHIP BEHAVIOR*: PERAN KEPEMIMPINAN TRANSFORMASIONAL DAN PERSEPSI IKLIM ORGANISASI

Titik Rosnani

salaam\_titik@yahoo.com

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tanjungpura Pontianak

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk membuktikan pengaruh kepemimpinan transformasional dan persepsi iklim organisasi terhadap sikap kerja (kepuasan kerja) dan *Organizational Citizenship Behavior*. Untuk mencapai tujuan penelitian tersebut digunakan pendekatan kuantitatif. Data dianalisis dengan menggunakan Analisis Jalur (*Path Analysis*). Temuan penelitian adalah (1) Kepemimpinan transformasional berpengaruh signifikan terhadap sikap kerja (kepuasan kerja). (2) Persepsi iklim organisasi berpengaruh signifikan terhadap sikap kerja (kepuasan kerja). (3) Kepemimpinan transformasional berpengaruh signifikan terhadap *Organizational Citizenship Behavior*. (4) Persepsi iklim organisasi berpengaruh signifikan terhadap *Organizational Citizenship Behavior*. (5) Sikap kerja (kepuasan kerja) berpengaruh signifikan terhadap *Organizational Citizenship Behavior*.

**Kata kunci:** kepemimpinan transformasional, persepsi iklim organisasi, sikap kerja dan *Organizational Citizenship Behavior*

## ABSTRACT

*The purpose of this research is to prove the influence of transformational leadership and the perceived organizational climate on work attitude (job satisfaction) and Organizational Citizenship Behavior. Quantitative approach is used to achieve the purpose of the study. Data were analyzed by means of Path Analysis. The research findings are (1) that transformational leadership has a significant effect on work attitude (job satisfaction), (2) Perceived organizational climate has a significant effect on work attitude (job satisfaction), (3) Transformational leadership has a significant effect on Organizational Citizenship Behavior, (4) Perceived organizational climate has a significant effect on Organizational Citizenship Behavior, (5) Work attitude (job satisfaction) has a significant effect on Organizational Citizenship Behavior.*

**keywords:** *transformational leadership, perceived organizational climate, work attitude and Organizational Citizenship Behavior*

## LITERASI KEUANGAN DAN KEPEMILIKAN ASURANSI JIWA : OBSERVASI DI INSTITUSI KEUANGAN SUMATERA BARAT

**Ade Maharini Adiandari, Hendra Winata, dan Yuliani**

mahariniade@gmail.com, winatahendra8@gmail.com

yulianisyapril@unsri.ac.id

Fakultas Ekonomi, Universitas Ngurah Rai,

Fakultas Ekonomi, Universitas Sriwijaya

### ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk meneliti hubungan dari literasi keuangan dan kepemilikan asuransi jiwa. Peneliti juga menguji apakah variabel-variabel demografi ekonomi seperti usia, gender dan penghasilan bulanan dapat menjadi pembeda dalam keputusan seseorang untuk memiliki asuransi jiwa. Metode penelitian adalah kuantitatif dengan menggunakan Uji Korelasi Spearman. Sampel berjumlah 170 orang yang merupakan karyawan suatu institusi keuangan bank di Sumatera Barat Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan hanya faktor usia dari karakteristik demografi ekonomi yang memiliki hubungan dengan kepemilikan asuransi jiwa, sedangkan faktor gender dan penghasilan bulanan tidak memiliki hubungan dengan kepemilikan asuransi jiwa. Hal ini menunjukkan bahwa faktor usia merupakan pembeda dalam keputusan seseorang untuk memiliki asuransi jiwa. Hasil lainnya bahwa literasi keuangan tidak memiliki hubungan dengan kepemilikan asuransi jiwa. Hal ini menunjukkan bahwa peran pengetahuan keuangan sederhana yang dimiliki oleh seseorang dengan kondisi yang ada di Indonesia belumlah cukup untuk mendorong seseorang memiliki asuransi jiwa. Hal ini diperkuat dengan adanya data dimana penetrasi dan densitas produk asuransi jiwa di Indonesia yang masih cukup rendah meskipun program-program untuk meningkatkan literasi keuangan di Indonesia telah cukup banyak dilakukan baik oleh pemerintah maupun institusi keuangan.

**Kata kunci:** Kepemilikan Asuransi Jiwa, Demografi-Ekonomi, Literasi Keuangan.

### ABSTRACT

*The purpose of this paper is to examine the relationship of financial literacy and life insurance ownership. The authors also tested whether economic demographic variables such as age, gender and monthly income can be a differentiator in a person's decision to have life insurance. The research method is quantitative by using Spearman Correlation Test. A sample of 170 people who are employees of a bank in West Sumatra Indonesia. The results show that only the age factor of economic demographic characteristics has a relationship with the ownership of life insurance, while the gender factor and monthly income have no relationship with the ownership of life insurance. This suggests that the age factor is a differentiator in a person's decision to have life insurance. Another result is that financial literacy has no relationship with life insurance ownership. This shows that the role of simple financial knowledge possessed by a person with existing conditions in Indonesia is not enough to encourage a person to have life insurance. This is reinforced by the data where penetration and density of life insurance products in Indonesia are still quite low although programs to improve financial literacy in Indonesia has been done quite a lot both by the government and financial institutions..*

**keywords:** *Life Insurance Ownership, Indonesian Demographic-Economic, Financial Literacy.*

# STRATEGI PENGEMBANGAN DESTINASI WISATA TELUK KILUAN MELALUI OPTIMALISASI DAYA TARIK EKOWISATA

**Kurniawan Gilang Widagdyo**  
kurniawangilang@gmail.com  
Fakultas Ekonomi, Universtas Sahid Jakarta

## ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan di kawasan wisata Teluk Kiluan, Kabupaten Tanggamus, Prov Lampung bertujuan untuk memetakan faktor-faktor daya tarik ekowisata untuk kemudian dirumuskan menjadi sebuah strategi pengembangan destinasi wisata berbasis alam, budaya dan kemasyarakatan yang berkelanjutan. Penelitian ini dilakukan selama 1 tahun dengan menggunakan metode survey dan observasi serta wawancara mendalam untuk mengkonstruksikan teori dengan hasil pengamatan. Selain itu guna memetakan faktor-faktor internal dan eksternal daya tarik ekowisata penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan memetakan masing-masing variabel internal dan eksternal kedalam tabel IFAS dan EFAS yang kemudian digabungkan kedalam Diagram Matrix TOWS sehingga dapat teridentifikasi faktor-faktor ekowisata yang menjadi daya tarik dan dapat dikembangkan dalam penyusunan strategi pengembangan destinasi wisata yang berkelanjutan.

**Kata kunci:** Teluk Kiluan, Ekowisata, Daya Tarik Wisata, Wisata Bahari, Pemberdayaan Masyarakat

## ABSTRACT

*This research conducted in the Gulf tourist area Kiluan, Tanggamus, Prov Lampung aims to map factors ecotourism appeal to be formulated into a tourist destination development strategy based on the natural, cultural and social sustainability. This research conducted during the first year using the method of survey and observation as well as in-depth interviews to construct a theory with observations. In addition to map the internal factors and external appeal of ecotourism this study used descriptive qualitative method by mapping each variable internally and externally into the table IFAS and EFAS which combined into the Diagram Matrix TOWS so it can be identified factors ecotourism that can be developed as in the preparation of strategies for the development of sustainable tourism destinations.*

**keywords:** *Teluk Kiluan, Ecotourism, Tourist Attraction, Marine Tourism, Community Empowerment*

**HUBUNGAN KONFIGURASI DAN ELEMEN FISIK RUANG DENGAN AKTIVITAS  
KRIMINAL DI KAWASAN TAMBAKBAYAN, BABARSARI**  
*(The Relationship of Space Configuration and Physical Elements with The Criminal Activities in  
Tambakbayan Residential Area, Babarsari)*

**Abubakar Albaar, T. Yoyok Wahyu Subroto, dan Ahmad Saifullah**  
*abubakar.albaar@gmail.com*  
Universitas Gadjah Mada Yogyakarta

**ABSTRAK**

Pertumbuhan angka kriminalitas di Indonesia cenderung meningkat, tidak terkecuali di Yogyakarta. Kawasan Babarsari merupakan salah satu kawasan yang mengalami perkembangan sangat pesat. Kawasan tersebut pula merupakan kawasan dengan tingkat kerawanan tertinggi. Ruang adalah wadah di mana manusia melakukan interaksi, baik dengan sesamanya maupun dengan lingkungan. Dari interaksi tersebut, memunculkan suatu pola ruang yang disebut Konfigurasi Ruang (Hillier, 1996). Beberapa teori yang berkembang menegaskan hubungan antara konfigurasi dan elemen fisik ruang dengan aktivitas kriminal. Penelitian ini menggunakan paradigma rasionalistik dengan metode kuantitatif dan pendekatan deskriptif. Dimana data yang dikumpulkan adalah data bentuk konfigurasi ruang, elemen fisik ruang, dan aktivitas kriminal. Secara umum, aktivitas kriminal yang terjadi di kawasan Tambakbayan dipicu oleh kondisi bangunan hunian yang terawat, aksesibilitas kawasan yang tinggi, akses bangunan yang bebas, serta kurangnya *surveillance* (pengawasan). Aksesibilitas yang tinggi adalah apabila bangunan berada pada area yang memiliki banyak koneksi dan terintegrasi baik. Akses bangunan bebas ditandai dengan ketiadaan pembatas teritori dan pembatas akses. Kurangnya *surveillance* (pengawasan) adalah di mana kondisi fasad bangunan masif, fasilitas pencahayaan jalan yang tidak tertata/kurang ideal serta berada pada area yang sepi aktivitas.

**Kata kunci:** *Configuration space, Spatial physical elements, Criminal activity, Space syntax*

**ABSTRACT**

*There is an increasing tendency on the growth of criminal number in Indonesia, including in Yogyakarta. Babarsari Area is one of the areas with very rapid increase level of criminal number.. Space is a place in which human beings interact, both with fellow humans and environment. From the interactions, there is a spatial pattern called as Space Configuration (Hillier, 1996). There are some developing theories giving confirmation on the relationship of configuration space and physical elements with crime activities. This research uses quantitative rationalistic method with descriptive approach. The data is analyzed and discussed with assistance of space syntax so that it can obtain clear correlation of configuration space and spatial physical elements with criminal activities. In general, the criminal activity that occurred in Tambakbayan area are triggered by the condition of residential buildings, high accessibility area, free building access, and lack of surveillance (supervision). High accessibility is where buildings are located in areas with multiple connections and integrated. Free building access is characterized by the absence of territorial and access restrictors limits. Lack of surveillance (supervision) is where the facade of massive buildings, road lighting facilities are not organized / less ideal and is in a quiet area of activity.*

**keywords:** *Konfigurasi ruang, Elemen fisik ruang, Aktivitas kriminal, space syntax*



## VALIDITAS DAN RELIABILITAS KONSTRUK PENGUKURAN PERPUSTAKAAN IDEAL BERBASIS DENGAN PENDEKATAN *LIBQUAL*

**Yulyanti Fahrana dan Wenny Pebrianti**  
sassy\_yuly@yahoo.co.id  
Universitas Tanjungpura/Fakultas Ekonomi dan Bisnis

### **ABSTRACT**

*This study aims to measure the validity and reliability construct satisfaction and quality of library services based on the user using libQUAL (library quality) method with a touch of marketing management. Data analysis by Cronbach Alpha and Pearson Correlation. The research was conducted in Tanjungpura University (UNTAN) by taking samples of visitors (students) at six (6) faculty libraries namely three (3) social faculty of 150 people and three (3) science faculty of 150 people. The sample is chosen by purposive sampling method. Reliability test results show that the five US, IC, LP, LQ and KU variables show high instrument reliability. The result of pearson correlation test shows that the measurement instrument used has problem validity on some question items. At minimum service item with correlation value smaller than 0.30 is IC2, IC5 and LQ5 so it is declared invalid. At service expectation items with correlation value smaller than 0.30 ie AS8, IC1, IC2, IC4, LP1, KU1, KU2, KU4, and KU8. And at present service items with correlation values smaller than 0.30 ie IC1, IC3, LP1, LP3, LQ1, LQ3, LQ4 and KU1.*

**keywords:** *Ideal library, libQUAL marketing approach*

## ANALISIS EFEKTIVITAS AJAKAN BOIKOT TERHADAP SARI ROTI

Siti Aisyah dan Gancar C Premananto

aisyahkartolo@gmail.com

gancar-c-p@feb.unair.ac.id

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Airlangga

### ABSTRACT

*The purpose of the research is to knowing the impact of attitude toward behavior, subjective norm, religiosity, religious animosity and conspicuous consumption toward boycott to Sari Roti product, and also to know the impact of religious animosity towards conspicuous consumption. This research used quantitative approach which tested some hypothesis by using SEM (structural equation modeling) with the program with LISREL 8.80. This research used primer data with 150 responden. Based of analysis result, it can be concluded that attitude toward behavior, subjective norm, religiosity, religious animosity and conspicuous consumption are not significantly impact to boycott. For the next religiosity significantly impacted towards religious animosity and religious animosity significantly toward conspicuous consumption.*

**keywords** : *attitude toward behavior, subjective norm, religiosity, religious animosity, conspicuous consumption, boycott,*

# STRATEGI PEMASARAN PT BATIK SEMAR SURAKARTA PENGARUHNYA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN

**Bambang Mursito, Sudarwati, dan Eny Kustiyah**  
bm\_0759@yahoo.co.id  
Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Batik Surakarta

## ABSTRAK

PT Batik Semar merupakan perusahaan yang mampu bertahan, tumbuh dan berkembang, Tujuan penelitian ini adalah menganalisis peran periklanan, *personal selling*, publisitas dan promosi penjualan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen di PT. Batik Semar Surakarta, dan menganalisis strategi pemasaran PT Batik Semar sehingga mampu bertahan, tumbuh, dan berkembang. Penelitian ini mengkaji dengan mengumpulkan data kualitatif dan kuantitatif, data kualitatif menggunakan analisis interaktif, dan data kuantitatif dianalisis dengan regresi linier berganda. Sampel diambil sejumlah 100 responden secara aksidental sampling, data kualitatif informan dari pihak manajemen. Hasil penelitian antara analisis kuantitatif dan kualitatif selaras bahwa pengaruh yang kuat *personal selling* dan promosi penjualan, variabel yang pengaruhnya lebih rendah publisitas, dan yang tidak berpengaruh signifikan adalah periklanan.

**Kata kunci:** periklanan, *personal selling*, publisitas, dan promosi penjualan.

## ABSTRACT

*PT Batik Semar is a company which is able to survive, grow and develop. The purpose of this research is to analyze the role of advertising, personal selling, publicity and sales promotion which influence to consumer loyalty in PT. Batik Semar Surakarta, and to analyze marketing strategy of PT Batik Semar which is able to survive, grow and develop. This research collects qualitative and quantitative data. The analysis of qualitative data is by using interactive analysis, and quantitative data using multiple linear regression. There are 100 accidental respondents, qualitative data informant comes from the management. The result of research shows that the quantitative analysis is in accordance with qualitative analysis. It indicates that there is significant influence between personal selling and sales promotion. Whereas the lower variables publicity and the other variable which has no influence is advertising.*

**keywords:** *advertising, personal selling, publicity, and sales promotion.*

## STUDI ADAPTATION OF EXTERNAL DAN INTERNAL KNOWLEDGE DALAM MENDORONG KINERJA DOSEN

**Fitri Wulandari**

fitri.wulandari@iain-surakarta.ac.id  
Economic Faculty, IAIN, Institute, Surakarta

### ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk menganalisis pengaruh dari kepemimpinan yang memberdayakan dengan variable mediasi *internal knowledge sharing* dan *adaptation of external acquisition* untuk meningkatkan kinerja dosen. Dengan menggunakan *purposive sampling*, penelitian ini dilakukan terhadap dosen pendidikan tinggi pada perguruan tinggi negeri dan swasta dengan menggunakan 155 sampel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepemimpinan yang memberdayakan berpengaruh signifikan terhadap *internal knowledge sharing* dan *adaptation of external acquisition*. Kepemimpinan yang memberdayakan tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja. Hasilnya penelitian juga menjelaskan adanya pengaruh *internal knowledge sharing* dan *adaptation of external acquisition* terhadap kinerja. Kepemimpinan yang memberdayakan memiliki pengaruh paling besar dalam mendorong *internal knowledge sharing* dibandingkan dengan variabel dependen lainnya. Dibutuhkan peran pimpinan yang terus mendorong dosen melalui dorongan, memberikan kewenangan, kepercayaan dan juga dukungan yang besar agar dosen terus melakukan kegiatan berbagi informasi, berbagi pengalaman, dan berbagi ide-ide inovasi yang berdampak pada organisasi.

**Kata Kunci :** Kepemimpinan yang Memberdayakan, Eksternal Acquisition, Internal Knowledge Sharing, Kinerja Dosen

### ABSTRACT

*The purpose of this research is to analyze the influence of empowering leadership with mediating variable of knowledge sharing dan adaptation of external acquisition to improve lecturer performance. By using purposive sampling, this research is conducted on lecturers of higher education in public and private universities by taking 155 samples. The result shows that empowering leadership have significant effect to internal knowledge sharing and external acquisition adaptation. Empowering leadership does not have significant influence to performance. The result also explain that there is influence of internal knowledge sharing and adaptation of external acquisition to performance. Empowering leadership has the greatest influence in encouraging internal knowledge sharing compare with other dependent variables. There is a need for leadership that continues to encourage lecturers through encouragement, giving authority, trust and also great support to continue sharing information, share experiences, and share ideas of innovation that affect the organization.*

**keywords:** *Empowering Leadership, Eksternal Acquisition, Internal Knowledge Sharing, performance of lecturers.*

## KAJIAN PERLINDUNGAN HUKUM TRANSAKSI *E-COMMERCE* DAN TRANSAKSI KONVENSIONAL

**Widaningsih**

email : widaningsihmh@gmail.com  
Politeknik Negeri Malang

### ABSTRAK

Perkembangan *e-commerce* membawa banyak perubahan terhadap sektor aktivitas bisnis yang selama ini dijalankan di dunia nyata (*real*), kemudian mengembangkannya ke dunia maya (*virtual*). Penggunaan internet dalam *e-commerce* memberikan dampak positif dan negative. Seiring dengan semakin berkembangnya teknologi saat ini, banyak kemajuan di segala bidang terutama di bidang teknologi informasi. Hal itu tentu dimanfaatkan oleh masyarakat Indonesia untuk menghadapi situasi Masyarakat Ekonomi ASEAN untuk mendorong tercipta dan berkembangnya bidang *entrepreneurship* yang inovatif. Salah satunya adalah dalam hal jual beli online, dimana kegiatan transaksinya tentu melalui media online, karena itu perlu saat ini kita memperhatikan pula aspek hukumnya terutama agar hak dan kewajiban kedua belah pihak terjamin. Dalam proses transaksi cenderung konsumen merasa tidak aman saat melakukan proses tersebut. Ditambah lagi keabsahan suatu proses transaksi menurut Kitab Undang-undang Hukum Perdata (KUHP) pada pasal 1458 sebagai acuan kesepakatan dari suatu transaksi. Karena kegiatan ini cenderung menimbulkan permasalahan hukum salah satunya penipuan yang dilakukan pelaku usaha jual beli online. Dengan menggunakan metode penelitian hukum normatif, dapat ditarik kesimpulan bahwa perlindungan hukum terhadap konsumen transaksi online adalah Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen pada Pasal 8 dan Pasal 16.

**Kata Kunci :** *E-Comerce*, UUPK, Perlindungan Hukum

# PERAN INTENSITAS PERSAINGAN DALAM MENDORONG ADOPSI INOVASI TERBUKA PADA UMKM

**Weni Novandari**

weni\_novandari@yahoo.co.id

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jenderal Soedirman, Purwokerto

## **ABSTRACT**

*This study has two main objectives, 1) testing the direct effect of the breadth of knowledge access from external sources in open innovation activities toward innovation orientation, and 2) examining the moderating effect of competition intensity on causal relationship between the breadth of knowledge access from external source toward innovation orientation at SMEs. Samples are 90 handicraft SMEs in Banyumas and Purbalingga districts. The analysis tool used is the moderating linear regression analysis with an absolute difference method. The results show that the breadth of knowledge access from external sources positively effect the orientation of innovation in SMEs, and 2) the intensity of competition moderates the causal relationship between the breadth of knowledge access from external sources in open innovation activities toward innovation orientation on SMEs. That is, the higher the intensity of competition will be stimulate more SMEs to innovate by utilizing the knowledge they can access from various external sources. Based on the results obtained it is suggested that SMEs should be encouraged to intensify communication cooperation with various external sources, so that SMEs can get up date information and the development of knowledge and technology that can be used to improve their business performance. And on the other hand, SMEs should be encouraged to explore their own creativity and innovation.*

**keywords:** *SMEs, breadth of knowledge access from external sources, intensity of competition, orientation of innovation*

## PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DIBIDANG WIRAUSAHA BERBASIS POSDAYA

**Ita Rifiani Permatasari dan Ayu Sulasari**

Ita\_djtmika@yahoo.com; ayusulasari78@gmail.com  
Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Malang

### ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah mengkaji tentang pemberdayaan masyarakat dibidang wirausaha berbasis Posdaya. Adapun permasalahan penelitian ini adalah bagaimana bentuk pelaksanaan pemberdayaan masyarakat dibidang kewirausahaan berbasis posdaya? Sejauh mana pelaksanaan pemberdayaan masyarakat desa dirasakan memberi manfaat bagi pengembangan dan penggalian potensi desa. Pelaksanaan penelitian ini di kelurahan Bandungrejosari, kelurahan Merjosari dan kelurahan Dinoyo wilayah Kota Malang, yang merupakan desa binaan Posdaya Politeknik Negeri Malang. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif, dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data meliputi wawancara dan dokumentasi. Instrumen penelitian dalam penelitian ini adalah pedoman wawancara (*interview guide*), serta catatan lapangan (*field note*). Penelitian ini menggunakan teknik analisis data Miles, meliputi pengumpulan data, reduksi data, penyajian data serta penarikan kesimpulan (*verifikasi*). Hasil penelitian menunjukkan : (1) Pemberdayaan masyarakat desa, melalui pembentukan posdaya dapat melibatkan seluruh warga masyarakat, (2) Pemberdayaan masyarakat dibidang kewirausahaan memunculkan produk unggulan yang berasal dari rintisan usaha keluarga (3) Pemberdayaan masyarakat desa bisa memberikan kontribusi peningkatan kesejahteraan ekonomi, asalkan dari pihak perguruan tinggi dan pemerintah daerah memberikan pendampingan dan penguatan, baik melalui berbagai pelatihan juga pinjaman modal.

**Kata Kunci :** Pemberdayaan Masyarakat, Kewirausahaan, Posdaya

### ABSTRACT

*The purpose of this research is to study about community empowerment in the field of entrepreneurship based on Posdaya. There is also the problem of this research is how the form of implementation of community empowerment in the field of entrepreneurship based Posdaya? Also the extent to which the empowerment of rural communities is perceived to benefit the development and excavation of village potential. Implementation of this research in the village of Bandungrejosari and urban village of Dinoyo Malang, which is a village built by Posdaya Politeknik Negeri Malang. This research is descriptive research, using qualitative approach. Data collection techniques include interviews and documentation. Research instrument in this research is interview guide, and field note. This study uses Miles data analysis techniques, including data collection, data reduction, data presentation and conclusion (verification). The results of the research show: (1) The empowerment of the village community, through the formation of Posdaya can involve all the citizens, (2) The empowerment of the community in the field of entrepreneurship leads to excellent products derived from the family business (3) Village community empowerment can contribute to the improvement of economic prosperity, from the colleges and local governments provide assistance and strengthening, either through various training as well as capital loans.*

**keywords:** *Community Empowerment, Entrepreneurship, Posdaya*

**PENGARUH BUDAYA ORGANISASI, KEPUASAN KERJA, KOMPETENSI & KOMITMEN ORGANISASI TERHADAP *ORGANIZATIONAL CITIZESHIP BEHAVIOUR* (STUDI PERUSAHAAN KONSULTAN KONSTRUKSI)**

**Lenny Ch Nawangsari , Ahmad Hidayat Sutawijaya, dan Yuliani**  
lenny.nawangsari@gmail.com; ahsuta69@gmail.com; yuliasyapril@yahoo.com  
Magister Manajemen Universitas Mercubuana  
Doktoral Manajemen Universitas Mercubuana  
Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Budaya organisasi, kepuasan kerja dan kompetensi terhadap Organizational Citizenship Behaviour (OCB) yang dimediasi Komitmen Organisasi di Perusahaan konsultan konstruksi dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dan metode survey. Sampel penelitian yang digunakan sebanyak 53 orang. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuisioner dengan skala Likert 1-5. Teknik analisa data yang digunakan adalah Generalized Structured Component Analysis (GSCA). Hasil penelitian membuktikan bahwa : 1) Budaya Organisasi berpengaruh langsung terhadap OCB, 2) Kepuasan kerja berpengaruh langsung terhadap OCB, 3) Kompensasi berpengaruh langsung terhadap OCB, 4) Budaya organisasi berpengaruh langsung terhadap OCB melalui mediasi Komitmen organisasi dan 5) Kepuasan kerja berpengaruh langsung terhadap OCB melalui mediasi Komitmen organisasi.

**Kata kunci:** Budaya Organisasi, Kepuasan kerja, Kompetensi, Komitmen Organisasi, *Organizational Citizenship Behaviour (OCB)*.

**ABSTRACT**

*The purpose of this research to analyze the influence of organizational culture, job satisfaction and competence to Organizational Citizenship Behavior (OCB) mediated Organizational Commitment in Construction consulting firm by using quantitative approach and survey method. The sample of research used as many as 53 people. Data were collected using questionnaires with Likert scale 1-5. Data analysis technique used is Generalized Structured Component Analysis (GSCA). The result of the research proves that: 1) Organizational Culture has direct effect on OCB, 2) Job satisfaction has direct effect on OCB, 3) Compensation has direct influence to OCB, 4) Organizational culture directly influence OCB through mediation Organizational commitment and 5) Job satisfaction has direct effect against OCB through mediation Organizational commitment.*

**keywords:** *Organizational Culture, Job Satisfaction, Competence, Organizational Commitment, Organizational Citizenship Behavior (OCB).*



**PERAN MINAT BELI SEBAGAI *INTERVENING* VARIABEL DARI  
KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN DAN KUALITAS INFORMASI TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI *ONLINE SHOP***

**R.A. Nurlinda**

Nurlinda\_raya@yahoo.com

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universtas Esa Unggul  
Jakarta Barat

**ABSTRAK**

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kepercayaan, kemudahan, kualitas informasi terhadap keputusan pembelian di *online shop* melalui minat beli. Penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif yang dilakukan dengan survei. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dengan metode angket (kuesioner) yang disebar secara *online*. Sampel penelitian ini adalah seluruh masyarakat Jakarta yang pernah melakukan pembelian di *online shop*. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Teknik sampel yang digunakan adalah *non probability sampling*, dengan metode *purposive sampling*. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah untuk pengujian *pretest* dengan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas, sedangkan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan uji analisis jalur (*path*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan, kemudahan, dan kualitas informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Dalam penelitian ini kepercayaan, kemudahan, kualitas informasi, minat beli pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di *online shop*. Dari penelitian ini juga terbukti bahwa minat beli merupakan *intervening* variabel dari pengaruh kepercayaan, kemudahan dan kualitas informasi terhadap keputusan pembelian di *online shop*.

**Kata kunci:** keputusan pembelian, minat beli, kepercayaan, kemudahan dan kualitas informasi

**ABSTRACT**

*The purpose of this research to determine the effect of trust, ease of use, quality of information on purchasing decisions in the online shop through buying interest. This research is a type of quantitative research conducted by survey. Data collection techniques used in this study with a questionnaire method (questionnaire) are spread online. The sample of this research is the entire people of Jakarta who have made purchases in the online shop. The number of samples in this study as many as 100 respondents. The sample technique used is non probability sampling, with purposive sampling method. The analysis used in this research is to test pretest by using validity test and reliability test, while to test hypothesis by using path analysis. The results showed that trust, ease of use and quality of information a positive and significant influence on buying interest. In this research the trust, ease of use, quality information, buying interest positive and significant influence on purchasing decisions in the online shop. From this study also proved that buying interest is a variable intervening from the influence of trust, ease of use and quality of information on purchasing decisions in the online shop.*

**keywords:** *purchasing decision, buying interest, trust, ease of use and quality of information*

## PERILAKU STORE SWITCHING DALAM BERBELANJA ONLINE

Dita Amanah, Ratih Hurriyati, Vanessa Gaffar, Lili Adi Wibowo, dan Dedy Ansari Harahap

ditaamanah@student.upi.edu  
Universitas Pendidikan Indonesia  
Universitas Negeri Medan  
Universitas Islam Sumatera Utara

### ABSTRAK

Pengaruh ketidakpuasan konsumen dan kebutuhan mencari variasi terhadap perilaku perpindahan toko online dari Tokopedia ke Lazada. Sampel berjumlah 95 responden yang merupakan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan dengan sampel bertujuan sebagai teknik pengambilan sampel. Kuesioner digunakan sebagai alat pengumpulan data dan kemudian dianalisis dengan metode regresi linear berganda. Hasil persamaan yang diperoleh adalah  $Y = 0,723 + 0,371X_1 + 0,435X_2 + \epsilon$ . Hasil uji F (43,413) menunjukkan bahwa ketidakpuasan konsumen dan kebutuhan mencari variasi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku perpindahan konsumen dari toko online Tokopedia ke Lazada. Secara parsial, ketidakpuasan konsumen (3,368) dan kebutuhan mencari variasi (4,638) berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku perpindahan konsumen dari Tokopedia ke Lazada. Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) adalah 0,486 yang berarti bahwa 48,6% ketidakpuasan konsumen dan kebutuhan mencari variasi mampu menjelaskan perilaku perpindahan konsumen. Selebihnya 51,4% dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian. Pemasar online sebaiknya memperhatikan kedua variabel ini dalam mengembangkan strategi bisnisnya sehingga dapat mempertahankan pelanggan untuk tidak berpindah ke toko online pesaing.

**Kata kunci:** Ketidakpuasan, Kebutuhan mencari variasi, Perilaku perpindahan, Toko Online

### ABSTRACT

*This article describes the effect of consumer dissatisfaction and the need to seek variations on the behavior of online store switching from Tokopedia to Lazada. Sample was 95 college students of Faculty of Economics, Universitas Negeri Medan with purposive sampling as a sampling technique. The questionnaire was used as a data collection tool and then analyzed by multiple linear regression method. The result was  $Y = 0,723 + 0,371X_1 + 0,435X_2 + \epsilon$ . The result of F test (43,413) shows that consumer dissatisfaction and the need to seek variation simultaneously have a positive and significant effect on the behavior of store switching from Tokopedia to Lazada. Partially, consumer dissatisfaction (3,368) and the variety seeking (4,638) have a positive and significant effect on the store switching behavior from Tokopedia to Lazada. The determination coefficient ( $R^2$ ) is 0.486, means that 48.6% consumer dissatisfaction and the variety seeking explain the store switching behavior by consumer. The remaining 51.4% is explained by others outside this study. Online marketers should pay attention to these two variables in developing their business strategies to keep customers from moving to another online store.*

**keywords:** Dissatisfaction, Variety seeking, Switching behaviour, Online store

## **PENGARUH REPUTASI UNIVERSITAS TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA MEMILIH STUDI DI UNIVERSITAS ISLAM SUMATERA UTARA**

**Dedy Ansari Harahap, Ratih Hurriyati, Vanessa Gaffar,  
Lili Adi Wibowo, dan Dita Amanah**

Email : dedyansariharahap@student.upi.edu

Universitas Pendidikan Indonesia<sup>1,2,3,4,5</sup>

Universitas Islam Sumatera Utara<sup>1</sup>

Universitas Negeri Medan<sup>5</sup>

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh reputasi universitas terhadap keputusan mahasiswa memilih studi di fakultas ekonomi Universitas Islam Sumatera Utara (UISU) Medan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tipe penelitian eksplanatori. Sampel penelitian berjumlah 177 responden dan diolah secara statistik dengan metode regresi linier sederhana. Hasil penelitian menunjukkan variabel reputasi universitas positif berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa memilih studi. Temuan tersebut menunjukkan bahwa reputasi, integritas dan kredibilitas perguruan tinggi yang baik akan mendorong minat calon mahasiswa untuk memilih studi di suatu universitas seperti halnya di fakultas ekonomi UISU.

**Kata kunci:** Reputasi Universitas, Keputusan Mahasiswa Memilih, Fakultas Ekonomi dan UISU

### **ABSTRACT**

*This study aims to analyze the influence of the university's reputation on the decision of students to choose a study at the faculty of economics of the Universitas Islam Sumatera Utara (UISU) Medan. This research uses quantitative approach with explanatory research type. The sample of the study amounted to 177 respondents and processed statistically with simple linear regression method. The results showed that the positive university reputation variable significantly influenced the decision of the students to choose the study. The findings indicate that the reputation, integrity and credibility of a good college will encourage the interest of prospective students to choose a study at a university as well as in the UISU economics faculty.*

**keywords:** *University Reputation, Student Decision to Choose, Faculty of Economics and UISU*

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA PASANG SAMBUNGAN BARU  
LISTRIK PRA BAYAR TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN  
PADA PT PLN RAYON CIMAH KOTA**

**Igus Rahmat Ginanjar dan Ratih Hurriyati**

Igus.igos@yahoo.com

Program Studi Doktor Ilmu Manajemen, Universitas Pendidikan Indonesia

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan harga pasang sambungan baru listrik Pra Bayar terhadap kepuasan pelanggan pada PT PLN Rayon Cimahi Kota baik secara simultan maupun secara parsial. Jenis penelitian yang dipergunakan adalah penelitian kuantitatif dengan metode penelitian survey deskriptif dan metode penelitian verifikatif. Variabel independen (variabel bebas) dalam penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) dan Harga ( $X_2$ ), sedangkan variabel dependennya (variabel terikat) adalah Kepuasan Pelanggan ( $Y$ ). Responden yang digunakan adalah Pelanggan Listrik Pra Bayar yang ada di wilayah kerja PT PLN Rayon Cimahi Kota dengan jumlah sampel sebanyak 99 orang yang dipilih dengan menggunakan teknik *simple random sampling* dengan bantuan tabel Isaac dan Michael. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Instrumen utama penelitian ini adalah kuesioner yang diuji validitasnya menggunakan *Product Moment Pearson* dan realibilitasnya dengan menggunakan metode  $\alpha$ -Cronbach. Untuk menguji hipotesis digunakan statistik yaitu analisis jalur (path analysis), pengujian signifikansi secara simultan menggunakan uji F, dan secara parsial menggunakan uji t dengan bantuan *software application system* SPSS 20. Hasil analisis jalur dengan bantuan *software application system* SPSS 20 menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan dan Harga secara simultan dan parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan. Secara Parsial Kualitas Pelayanan lebih dominan mempengaruhi Kepuasan Pelanggan.

**Kata Kunci :** Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kepuasan Pelanggan.

**ABSTRACT**

*This study aims to determine whether there is an influence on the quality of service and price of pairs of new connection of Pre-Paid electricity to customer satisfaction at PT PLN Rayon Cimahi Kota either simultaneously or partially. The type of research used is quantitative research with descriptive survey research method and verificative research method. The independent variable in this research is Quality of Service ( $X_1$ ) and Price ( $X_2$ ), while the dependent variable is Customer Satisfaction ( $Y$ ). Respondents used are Pre-Paid Electrical Customer in PT PLN Rayon Cimahi Kota working area with the number of samples of 99 people selected by using simple random sampling technique with the help of tables Isaac and Michael. The data used are primary data and secondary data. The main instrument of this study is a questionnaire that tested its validity using Product Moment Pearson and its reliability by using  $\alpha$ -Cronbach method. To test the hypothesis used statistics that is path analysis, simultaneous significance test using F test, and partially use t test with the help of SPSS 20 software application system. The result of path analysis with the help of software application system SPSS 20 shows that Quality of Service and Price simultaneously and partially influence to Customer Satisfaction. Partially Quality of Service more dominant influence Customer Satisfaction.*

**keywords:** Service Quality, Price, and Customer Satisfaction.

## MODEL TERPADU NILAI PERSEPSI KONSUMEN: BUKTI DARI INDONESIA

Adryan Rachman, Ratih Huriyati, Lili Adi Wibowo, dan Vanessa Gaffar

Adryanra55@student.upi.edu

Fakultas Sekolah Pasca Sarjana, Universitas Pendidikan Indonesia

### ABSTRAK

Persaingan sengit antar perusahaan untuk memperhatikan Nilai Persepsi Konsumen (CPV). Nilai Persepsi Konsumen adalah kunci untuk bersaing dengan kompetitor bisnis lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengusulkan model terintegrasi dengan menggabungkan variabel berdasarkan penelitian sebelumnya dan mengujinya dengan data empiris. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan verifikatif. Data empiris dikumpulkan melalui kuesioner yang diberikan kepada pengguna *smartphone*. Penelitian ini menggunakan *Confirmatory Factor Analysis* sebagai alat analisis dalam pengolahan data. Selain itu, dalam penelitian ini CPV sebagai penentu variabel penelitian sebelumnya dikombinasikan dengan nilai inovasi pada model dan kemudian kami beri nama “**Model Terintegrasi dari CPV**”. Studi ini menemukan bahwa model terpadu CPV terdiri dari nilai harga, nilai sosial, nilai emosional, nilai kualitas, nilai persepsi risiko, nilai estetika, dan nilai inovasi.

**Kata kunci:** Nilai Persepsi Konsumen (CPV), Nilai Persepsi Risiko, Nilai Estetika, Nilai Inovasi, dan *Smartphone*.

### ABSTRACT

*Fierce Competition forces company to pay attention to Consumer Perceived Value (CPV). Consumer Perceived Value is a key to compete with other business competitors. This research aims at proposing an integrating model by combining variables based on the previous research and test them with empirical data. This research employs descriptive and verification method. The empirical data were collected through questionnaire that administered to smartphone users. This study uses Confirmatory Factor Analysis as analytical tool in data processing. Moreover, in this study, the CVP determinant variables of previous studies is combined with innovation value on the model and then we name it “**Integrated Model of CPV**”. This study discovers that the integrated model of CPV consists of price value, social value, emotional value, quality value, perceived risk value, aesthetic value, and innovation value.*

**keywords:** *Consumer Perceived Value (CPV), Perceived Risk Value, Aesthetic Value, Innovation Value and Smartphone*

# **PENGARUH REKRUTMEN DAN SELEKSI, PELATIHAN DAN PENGEMBANGAN, PENILAIAN KINERJA, DAN KOMPENSASI TERHADAP KINERJA ORGANISASI**

**Astrie Septiningtyas dan Nurwanti**

wanti@stietrisakti.ac.id

STIE Trisakti

## **ABSTRAK**

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh praktek manajemen sumber daya manusia seperti rekrutmen dan seleksi, pelatihan dan pengembangan, penilaian kinerja, dan kompensasi terhadap kinerja organisasi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dan kausalitas. Responden yang terlibat dalam penelitian ini adalah karyawan tetap tingkat staf yang bekerja di Restoran Hoka-Hoka Bento di seluruh cabang Bekasi sebanyak 160 orang. Penelitian ini menggunakan teknik sampling jenuh. Data yang diperoleh berasal dari data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner dengan skala likert. Metode untuk analisis data dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda. Hasil dari penelitian ini adalah variabel rekrutmen dan seleksi, pelatihan dan pengembangan, penilaian kinerja, dan kompensasi berpengaruh positif terhadap kinerja organisasi secara individual. Rekrutmen dan seleksi merupakan variabel yang memiliki pengaruh paling signifikan terhadap kinerja organisasi.

**Kata kunci:** Rekrutmen dan seleksi, pelatihan dan pengembangan, penilaian kinerja, kompensasi, kinerja organisasi.

## **ABSTRACT**

*The purpose from this research is to determine how to influence human resource management practice such as recruitment and selection, training and development, performance appraisal, and compensation to organizational performance. The methods which is used on the research is descriptive and casuality. Respondents who involved in this study is permanent employees with staff level who work for Hoka-Hoka Bento in all branches Bekasi as much as 160 people. This research used saturated sampling technique. The data was obtained from primary data which has been collected through questionnaires with likert scale. The methods of data analysis on this research are simple regression and multiple regression. The results of this research are variable of recruitment and selection, training and development, performance appraisal, and compensation have positive influence to organizational performance individually. Recruitment and selection is variable that have the most significant impact on organizational performance.*

**keywords:** *Recruitment and selection, training and development, performance appraisal, compensation, organizational performance.*

**PENGARUH GAYA KEPEMIMPINAN DAN PEMBERIAN KOMPENSASI  
TERHADAP KINERJA KARYAWAN**

**Nafila Syawie dan Ferryal Abadi**

Email: nafila.syw@gmail.com

Email: ferryal.abadi@kalbis.ac.id

Manajemen, Fakultas Bisnis, Institut Teknologi dan Bisnis Kalbis  
Jalan Pulomas Selatan Kav. 22, Jakarta Timur 13210

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara gaya kepemimpinan, dan pemberian kompensasi terhadap kinerja karyawan divisi pemasaran pada PT. Loka Wisata Asri Cabang Bandung. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif melalui survey kepada 69 karyawan. Metode pengambilan sampel adalah non probability sampling. Hasil uji hipotesis (uji t) menunjukkan bahwa variabel gaya kepemimpinan berpengaruh signifikan terhadap variabel kinerja. Ini ditunjukkan dengan t hitung sebesar 3.983 yang lebih besar dari t tabel. Tetapi, variabel kompensasi tidak berpengaruh signifikan dengan t hitung sebesar 1.470 yang lebih kecil dari t tabel. Kesimpulan dari penelitian ini bahwa gaya kepemimpinan merupakan variabel yang paling dominan atas kinerja karyawan. Hal ini dapat diartikan bahwa, meningkatnya kinerja karyawan dapat ditunjang dengan seperti apa cara pimpinan dalam membimbing, mendorong dan memotivasi karyawannya.

**Kata kunci :** gaya kepemimpinan, kinerja karyawan, kompensasi, sumber daya manusia.

**ABSTRACT**

*This research aims to find out if there are any influences between leadership style and giving a compensation based on performance by marketing division employees at PT. Loka Wisata Asri Bandung Branch Office. This research used quantitative approach through survey to 69 employees (30 to pre-test and 39 to main-test). A method of the sample collection is a non-probability of sampling. The results of the hypothesis (t test) showed that variables leadership style affect significantly on variables performance. This is proven by r count of 3.983 is greater than r table. But, variable compensation doesn't affect significantly with r count of 1.470 which smaller than r table. The conclusion of this research stated that leadership style is the most variable dominant upon the performance of employees. This means that, the employee performance can be supported with as what manner of leaders in guiding, encourage and motivate employees.*

**keywords:** compensation, employee performance, human resources, leadership style.

## **PENGARUH *REINVENTING POLICY*, PELAYANAN FISKUS DAN SANKSI PAJAK TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK**

**Rionaldo Sanjaya dan Haryo Suparmun**

rionaldo\_sanjaya@yahoo.com

STIE TRISAKTI

### **ABSTRAK**

Tujuan penelitian adalah untuk menganalisis pengaruh *reinventing policy*, pelayanan fiskus, dan sanksi pajak terhadap kepatuhan Wajib Pajak di KPP Pratama Jakarta Cengkareng. Data Primer dikumpulkan melalui penyebaran kuisioner kepada wajib pajak di KPP Pratama Jakarta Cengkareng. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Wajib Pajak yang terdaftar. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 94 responden. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis koefisien determinasi ( $adj.R^2$ ), uji regresi simultan (uji F), dan uji regresi parsial (uji t). Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa *reinventing policy* tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Sedangkan pelayanan fiskus dan sanksi pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.

**Kata kunci:** *Reinventing policy*, pelayanan fiskus, kepatuhan wajib pajak.

### **ABSTRACT**

*The purpose of this study is to analyze the effect of reinventing policy, tax officer services, and tax penalties on tax compliance in KPP Pratama Jakarta Cengkareng. Primary data are collected through questionnaires dissemination to tax payers at KPP Pratama Jakarta Cengkareng. The population is all registered taxpayer in KPP Pratama Jakarta Cengkareng. The number of sample are 94 respondents. The purposive sampling method is used to select the sample. The data analysis are validity test, reliability test, classical assumption test, the coefficient determination analysis ( $adj.R^2$ ), simultaneous regression test (F test), and partial regression test (t test). Based on the data analysis, the results show the reinventing policy does not have significant effect on tax compliance, while tax officer services and tax penalties have significant effect on tax compliance.*

**keywords:** *Reinventing policy, tax officer service, tax penalties, tax compliance.*



## PERAN KOMUNITAS DALAM MENINGKATKAN KINERJA UKM

**Basuki Toto Rahmanto, Siti Nurjanah, Vina Meliana,  
Diyan Lestari, Herwin, dan Ika Suhartanti Darmo**  
basuki.rahmanto@kalbis.ac.id, siti.nurjanah@kalbis.ac.id  
vina.meliana@kalbis.ac.id, diyan.lestari@kalbis.ac.id  
herwin@kalbis.ac.id, ika.darmo@kalbis.ac.id  
Fakultas Bisnis, Institut Teknologi dan Bisnis Kalbis

### ABSTRAK

UKM merupakan sektor yang mempunyai peranan penting dalam perekonomian Indonesia, karena sebagian besar jumlah penduduknya berpendidikan rendah dan hidup dalam kegiatan usaha kecil baik di sektor tradisional maupun modern. Peranan sektor UKM efektif dalam menyerap tenaga kerja di Indonesia, mengingat jumlah populasi penduduk Indonesia yang menempati peringkat ke-4 dunia, yaitu sebesar 96% selama periode 1997-2006. Pengembangan bisnis UKM dapat dilakukan dengan berbagai cara, salah satunya adalah melalui pembentukan komunitas yaitu komunitas TDA (Tangan Di Atas). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis peranan komunitas TDA dalam meningkatkan kinerja UKM melalui faktor internal dan eksternal. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan teknik analisis regresi berganda. Penelitian ini menunjukkan variabel faktor eksternal yang terdiri dari aspek kebijakan pemerintah, aspek sosial, budaya dan ekonomi, aspek peranan lembaga terkait, aspek supplier tidak berpengaruh terhadap variabel kinerja. Selain itu variabel faktor internal yang terdiri dari aspek sumber daya manusia, aspek keuangan, aspek teknik dan operasional serta aspek pasar dan pasar keuangan berpengaruh terhadap kinerja.

**Kata kunci:** kinerja, eksternal, internal, komunitas

### ABSTRACT

*SME is a sector that has an important role in the Indonesian economy, because most of the population is low-educated and live in small business activities both in the traditional and modern sector. The role of the SME sector is effective in absorbing the workforce in Indonesia, considering the number of Indonesian population that ranks 4th in the world, which is 96% during the period 1997-2006. SME business development can be done in various ways, one of which is through the formation of community TDA community (Hands Above). The purpose of this research to analyze the role of TDA community in improving the performance of SMEs through internal and external factors. This research uses quantitative method and multiple regression analysis technique. This research shows external factor variable consisting of government policy aspect, social aspect, culture and economy, role aspect of related institution, supplier aspect has no effect to performance variable. Beside that variable internal factors consisting of aspects of human resources, financial aspects, technical aspects and operational dam as well as market and financial market aspects affect the performance.*

**keywords:** performance, external, internal, community

**PENGARUH LINGKUNGAN SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN  
PADA PRODUK SUSHI TEI PLAZA INDONESIA**

**Ratnasari dan Siti Nurjanah**

Email: Ratnasari.9314@gmail.com

Email: siti.nurjanah@kalbis.ac.id

Business in Creative Industries, Fakultas Bisnis Institute Teknologi dan Bisnis Kalbis  
Jakarta Timur

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui lingkungan sosial terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk sushi tei. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Sampel yang diambil sebanyak 100 responden dengan teknik *purposive sampling*. Pengukuran yang digunakan yaitu dengan menyebarkan kuesioner dengan cara penyebarannya menggunakan aplikasi google form dan data dianalisis dengan menggunakan spss 20.00. dari hasil analisis hipotesis bahwa lingkungan sosial berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan faktor sosial merupakan faktor yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian dibandingkan dengan faktor kebudayaan, faktor pribadi, dan faktor psikologi.

**Kata kunci:** lingkungan sosial, perilaku konsumen, keputusan pembelian

**ABSTRACT**

*This research aims to understand the influence of social environment toward purchasing decision product sushi tei as intervening variable. This is quantitative research. The amount of sample taken are 100 people using purposive sampling technique. Measurement used was questionnaire that was disseminated through Google Form and analysis using SPSS 20.0. The results of hypothesis analysis show that culture factor have not influence to purchasing decision, social factor have an effect on purchasing decision, personal factor influence to purchase decision..*

**keywords:** social environment, consumer behavior, purchasing decision

## STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK UNGGULAN DESA PULAU SELIU KECAMATAN MEMBALONG, BELITUNG

Christianingrum, Anggraini Yunita, dan Kurniawan  
Syifa.meira@yahoo.com  
Fakultas Ekonomi, Universitas Bangka Belitung

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kekuatan (*strenght*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), dan tantangan (*threat*) pengembangan produk unggulan yang terdapat di Desa Pulau Seliu, sampel penelitian ini dimulai dengan 9 produk unggulan yang diproduksi oleh 41 usaha industri kreatif di Desa Pulau Seliu, pendekatan kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif dalam hal ini tidak mengisolasi individu atau organisasi ke dalam variabel atau hipotesis tetapi memandangnya sebagai bagian dari suatu keutuhan. Teknik analisis data yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif dan kuantitatif dengan menggunakan formula statistik sederhana dan analisis SWOT untuk menentukan strategi daya saing produk dengan Matriks SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sektor industri kreatif di Desa Pulau Seliu memiliki peran yang strategis dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan mengurangi pengangguran.

**Kata kunci:** Produk unggulan, Desa Pulau Seliu

### ABSTRACT

This study aims to analyze the strengths, weaknesses, opportunities, and threat development of superior products contained in Seliu Island Village, the sample of this study began with 9 superior products produced by 41 creative industries in Seliu Island Village, a qualitative approach with a descriptive research type in this case does not isolate individuals or organizations into variables or hypotheses but views them as part of a wholeness. Data analysis technique used is descriptive qualitative and quantitative method by using simple statistical formula and SWOT analysis to determine product competitiveness strategy with SWOT Matrix. The results showed that the creative industry sector in Seliu Island Village has a strategic role in improving the people's welfare and reducing unemployment..

**keywords:** Excellent product, Pulau Seliu Village

# IMPLEMENTASI PROGRAM CSR PT. PERTAMINA TBBM MALANG UNTUK MENDUKUNG PENINGKATAN KUNJUNGAN WISATA DI KAMPUNG WISATA KERAMIK DINOYO KOTA MALANG

Ayu Sulasari dan Suselo Utoyo  
ayu\_sulasari@Polinema.ac.id, ayusulasari78@gmail.com  
Politeknik Negeri Malang

## ABSTRAK

Tujuan kegiatan ini adalah untuk melakukan pembenahan lingkungan dalam rangka menyambut kunjungan wisata ke wilayah kampung keramik Dinoyo Malang, meningkatkan kualitas produksi dan pemasaran industri keramik agar mampu meningkatkan persaingan, serta pemberdayaan ekonomi masyarakat di wilayah tersebut. Kegiatan pengabdian sebagai implementasi program CSR ini dilakukan di wilayah Kampung Keramik Dinoyo Kota Malang, RW.06 Jl. MT Haryono XI Dinoyo, Kota Malang. Kegiatan ini dilaksanakan di wilayah kampung keramik yang sebagian besar masyarakatnya sebagai pengrajin keramik. Kelompok pengrajin keramik memiliki paguyuban yang berjumlah 30 orang, dengan 52 stand kerajinan keramik di sepanjang kampung keramik. Pelaksanaan kegiatan ini dilakukan dengan metode tidak langsung yaitu, Politeknik Negeri Malang (Polinema) sebagai pelaksana kegiatan program CSR Pertamina TBBM Malang yang berperan pula sebagai pendamping dari UKM Binaan Polinema di wilayah Dinoyo. Hasil kegiatan ini adalah melakukan implementasi program CSR dengan melakukan pembinaan antara lain: peningkatan produktivitas dengan memberikan 6 unit alat pengayak / penyaring listrik dan pengatur suhu pembakaran keramik (Thermocouple); peningkatan daya saing dengan memberikan pelatihan tentang kualitas produksi, design produk, inovasi, pemasaran, keuangan, dan motivasi; pemberdayaan masyarakat dilakukan dengan mengembangkan memberikan bantuan bibit ikan nila dan pengembangan tanaman hidroponik; pembinaan lingkungan dalam bentuk pembangunan taman hijau, dan yang utama adalah program wisata petualangan pembelajaran.

**Kata kunci:** UKM, Pengrajin Keramik, Industri Keramik, wisata keramik, Program CSR, Pendampingan Masyarakat.

## ABSTRACT

*The purpose of this activity is to make environmental improvements in order to welcome the visit to the area of "kampung ceramic Dinoyo Malang", improve the quality of production and marketing of ceramic industry in order to increase competition, and economic empowerment of the community in the region. Activities devotion as the implementation of this CSR program is conducted in the Kampung Keramik Dinoyo Malang, RW.06 Jl. MT Haryono XI Dinoyo, Malang City. This activity is carried out in the kampung keramik area which mostly its people as ceramic craftsmen. Ceramic craftsmen group has 30 people, with 52 ceramic stands along kampung Keramik. Implementation of this activity is done by indirect method that is, State Polytechnic of Malang (Polinema) as executor of CSR program of Pertamina TBBM Malang which also role as assistant from SME Poliness of Polinema in Dinoyo region. The result of this activity is to implement the CSR program by conducting coaching, among others: improvement of productivity by providing 6 units of sieving / electric filter and temperature regulator of ceramic combustion (Thermocouple); improving competitiveness by providing training on production quality, product design, innovation, marketing, finance, and motivation; community empowerment is done by developing tilapia seedlings and hydroponic plant development; environmental coaching in the form of green park development, and the main one is the adventure learning tour program.*

**keywords:** SME, Ceramic Craftsmen, Ceramics Industry, Ceramic Tourism, CSR Program, Community Assistance.

## KEMAMPUAN SOSIAL EKONOMI DAN KUALITAS KEHARMONISAN KELUARGA PADA PESERTA KELUARGA BERENCANA VASEKTOMI DI SURABAYA

Nurleila Jum'ati, Tri Siwi Agustina, dan Prita Anugrah Widowati

nurleila@gmail.com,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Wijaya Putra

### ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk *mapping* kemampuan sosial ekonomi dan mengetahui perbedaan kualitas keharmonisan keluarga pada PUS peserta KB vasektomi dan PUS yang tidak mengikuti program KB. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner, alat ukurnya adalah 21 indikator keluarga sejahtera dari BKBN untuk kemampuan sosial ekonomi dan skala ukur kualitas keharmonisan keluarga yang mengacu pada teori Hawari. Populasi penelitiannya adalah PUS peserta KB vasektomi dan PUS yang tidak mengikuti program KB. Dengan teknik *purposive sampling* maka didapatkan sampel penelitian 50 orang PUS peserta KB vasektomi dan 50 orang PUS yang tidak mengikuti program KB di wilayah Surabaya Barat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada perbedaan kualitas keharmonisan keluarga, dimana PUS yang tidak mengikuti program KB mempunyai kualitas keharmonisan keluarga lebih baik. Hasil *mapping* tingkat atau kategori sosial ekonomi untuk peserta KB vasektomi adalah : 24 % keluarga pra sejahtera, 40 % keluarga sejahtera I, 18 % keluarga sejahtera II, 4 % keluarga sejahtera III, 14 % keluarga sejahtera III plus. Hasil *mapping* untuk PUS yang tidak mengikuti program KB : 22 % keluarga pra sejahtera, 54 % keluarga sejahtera I, 0 % keluarga sejahtera II, 2 % keluarga sejahtera III, 22 % keluarga sejahtera III plus.

**Kata kunci:** Pemetaan Kemampuan Sosial Ekonomi, Kualitas Keharmonisan Keluarga, PUS KB Vasektomi, dan PUS Yang Tidak Mengikuti Program Peserta KB.

### ABSTRACT

*The purpose of this research is socio-economic capability mapping and to know the family harmony quality difference in PUS of vasectomy birth control participant and non birth control participant. The approach used is a quantitative approach with data collection through questionnaires, the measuring tool is 21 indicators of prosperous families from BKBN for socio-economic capabilities and harmony family quality measuring scale that refers to Hawari's theory. The study population is PUS of vasectomy birth control participant and non birth control participant. By purposive sampling technique, the research sample was obtained 50 people of birth control participants and 50 people of non participants in West Surabaya area. The results showed that there was difference in the quality of family harmony between PUS of vasectomy birth control participant and non birth control participant. The result of socioeconomic category mapping for vasectomy participant are: 24% prosperous family, 40% prosperous family I, 18% prosperous family II, 4% prosperous family III, 14% prosperous family III plus. The mapping results for PUS non participants: 22% pre prosperous family, 54% prosperous family I, 0% prosperous family II, 2% family prosperous III, 22% family prosperous III plus.*

**keywords:** *Socio-Economic Capabilities Mapping, Family Harmony, PUS Vasectomy birth control, and PUS Non birth control Participant.*

**PENGARUH INTEGRITAS, KOMPETENSI, DAN BUDAYA KERJA TERHADAP  
KUALITAS KEHIDUPAN KERJA YANG BERDAMPAK PADA KOMITMEN  
ORGANISASIONAL APARAT PEMERIKSA INTERNAL PEMERINTAH  
DI INSPEKTORAT PROVINSI KALIMANTAN BARAT**

**Maria Christiana I. Kalis dan Rinie Olyvia**

mariapaper\_collect@yahoo.com

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universtas Tanjungpura

**ABSTRAK**

Penelitian ini mempunyai tujuan untuk mengetahui Pengaruh Integritas, kompetensi dan budaya kerja terhadap yang berdampak kualitas kehidupan kerja pada komitmen organisasional Aparat Pemeriksa Internal Pemerintahan (APIP) di Inspektorat Provinsi Kalbar (Studi Pada Aparat Pemeriksa Internal Pemerintahan (APIP) di Inspektorat Provinsi Kalbar)". Penelitian ini dilakukan pada Aparat Pemeriksa Internal Pemerintahan (APIP) sebanyak 44 orang di Inspektorat Provinsi Kalbar . Tehnik penentuan sampel yang digunakan penelitian ini adalah Sampling jenuh (sensus) . Metode pengumpulan datanya menggunakan metode studi dokumentasi dan kuesioner. Sedangkan tehnik analisis data yang digunakan adalah tehnik analisis regresi linier berganda. Pada hasil penelitian menunjukkan variable integritas dan budaya kerja tidak berpengaruh signifikan terhadap Kualitas kehidupan kerja sedangkan kompetensi berpengaruh signifikan terhadap Kualitas kehidupan kerja dan hasil penelitian terhadap variable integritas, budaya kerja dan Kualitas kehidupan kerja tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap komitmen Organisasional Aparat Pemeriksa Internal Pemerintah di Inspektorat Provinsi Kalimantan Barat tetapi pada variable kompetensi memiliki pengaruh signifikan terhadap komitmen Organisasional. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi kompetensi aparatur audit internal pemerintah, semakin baik kualitas kehidupan kerja dan komitmen organisasional yang diperoleh aparatur audit internal di Inspektorat Provinsi Kalimantan Barat.

**Kata kunci:** Integritas, Kompetensi, Budaya Kerja, Kualitas Kehidupan kerja dan Komitmen Organisasional

**ABSTRACT**

*The purpose of this research is to know the "Influence of Integrity, competence and work culture to impact the quality of work life on organizational commitment of Government Internal Audit Officer (APIP) in West Kalimantan Provincial Inspectorate (Study on Internal Audit Apparatus Government (APIP) at Inspectorate of West Kalimantan Province" . This research was conducted on Government Internal Auditors (APIP) as many as 44 people in Inspectorate of West Kalimantan Province. The sampling technique used in this research is saturated sampling (census). Methods of data collection using documentation study methods and questionnaires. While the data analysis technique used is multiple linear regression analysis technique. In the research result showed that the integrity and work culture variables have no significant effect on the quality of work life while the competence has a significant effect on the quality of work life and the result of the research on the integrity variable, the work culture and the quality of working life has no significant influence on Organizational Commitment of Government Internal Audit Officer in Inspectorate West Kalimantan Province but on the competency variable has a significant influence on Organizational commitment. Based on the results of this study can be concluded that the higher the competence of government internal audit apparatus, the better the quality of work life and organizational commitment obtained by the internal audit apparatus in the Inspectorate of West Kalimantan Province.*

**keywords:** Integrity, Competence, Work Culture, Quality of Work Life and Organizational Commitment

**PENGEMBANGAN SENTRA BATIK BANYUMAS BERDASARKAN  
KAJIAN NIAT BERPERILAKU MASYARAKAT (*THEORY OF PLANNED BEHAVIOR*)**

**Siti Zulaikha Wulandari dan Eling Purwanto Jati**

zulaikhaw@hotmail.com

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jenderal Soedirman

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan menganalisis potensi dukungan masyarakat untuk mengembangkan Desa Papringan sebagai salah satu sentra batik Banyumas. Pendekatan kuantitatif melalui *Theory of Planned Behaviour* (TPB) dan analisis menggunakan regresi berganda terhadap 100 responden yang menjadi sampel dalam penelitian memberikan hasil yang membuktikan peran signifikan *Attitude*, *Subjective norms*, dan *Perceived Behavioral Control* dalam menentukan *Behavioral Intention* atau niat berperilaku masyarakat dalam mendukung pengembangan Desa Papringan sebagai sentra Batik Banyumas dan variabel *Subjective norms* merupakan variabel yang paling berpengaruh.

**Kata kunci:** Sikap terhadap perilaku, Norma subyektif, Persepsi kemudahan dan Niat berperilaku

**ABSTRACT**

*This research aims to analyze the potential of community support to develop Desa Papringan as one of Banyumas batik center. The quantitative approach using Theory of Planned Behavior (TPB) and the analysis using multiple regression to 100 respondents in the sample gives a result that proves the significant role of Attitude, Subjective norms, and Perceived Behavioral Control in determining Behavioral Intention or Community Behavioral Intention in supporting development of Papringan village as Banyumas Batik center and Subjective norms is the most influential variable.*

**keywords:** *Attitude, Subjective norms, Perceived Behavioral Control and Behavioral Intention*

**PENGARUH UMUR PERUSAHAAN, *EARNING PER SHARE*, *DEBT TO EQUITY RATIO*,  
*RETURN ON EQUITY*, REPUTASI UNDERWRITER, DAN PERSENTASE PENAWARAN  
SAHAM TERHADAP UNDERPRICING PADA PERUSAHAAN YANG MELAKUKAN  
*INITIAL PUBLIC OFFERING (IPO)* TAHUN 2009-2015**

**Yeye Susilowati, Nuraini, dan Susi Susilowati**

yeye\_susilowati@yahoo.co.id

Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Stikubank Semarang

***ABSTRACT***

*This research was conducted to examine the effect of firm's age, earning per share, debt to equity ratio, return on equity, underwriter reputation and the percentage of offers in that companies do an initial public offering (IPO) in the 2009 to 2015. Sampling method used in this study was purposive sampling method, which was based on certain criteria. Sampel that match with the criteria of this research were 115 companies do an initial public offering (IPO) in the period 2009-2015. The analysis used was multiple regressions, to see wheter the independent variables influence the dependent variable jointly or individually, preceded by normality test and assumption of classical test for test of multicollinearity test, autocorrelation test, and heteroscedasticity test. The result of the data analysis or the regression indicate that the firm's age, debt to equity ratio, return on equity and underwriter reputation negative effect on the level of underpricing, while earning per share and the percentage of offers positive effect on the level of underpricing.*

**keywords:** *underpricing, firm's age, earning per share, debt to equity ratio, return on equity, underwriter reputation, the percentage of offers, and initial public offering*



# STRATEGI *INTELLECTUAL CAPITAL* DAN INOVASI MODEL BISNIS UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING INDUSTRI KREATIF KOTA MEDAN

Kustoro Budiarta dan Andri Zainal  
Kustoro\_feunimed@yahoo.co.id  
Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan model daya saing industri kreatif berdasarkan pengelolaan *intellectual capital* (*human capital* dan *social capital*) dan model inovasi bisnis yang dikembangkan dan secara operasional penelitian ini dilakukan untuk merancang model berdasarkan *Analytic Hierarchy Process* dengan tujuan untuk menentukan prioritas elemen *intellectual capital* dan inovasi model bisnis yang mempengaruhi daya saing industri kreatif. Pengumpulan data dilakukan melalui survey dan wawancara mendalam. Analitical Hierachy Process digunakan untuk memberikan kesimpulan kriteria-kriteria yang mempengaruhi daya saing industri kreatif Kota Medan. Berdasarkan hasil pemeringkatan kriteria akan diperoleh peta kondisi *intellectual capital* (*human capital* dan *social capital*), inovasi model bisnis dan daya saing industri kreatif di Kota Medan. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa prioritas kriteria untuk peningkatan daya saing industri kreatif di Kota Medan di mulai dari *human capital* (45,91%), inovasi model bisnis (40,01%) dan *Social Capital* (14,08%). *Human capital* sangat mempengaruhi *intellectual capital* pelaku industri kreatif di Kota Medan. Sumber daya manusia yang memiliki kompetensi dan membangun budaya inovasi serta didukung adanya jaringan kerja dengan *stakeholder* dapat meningkatkan daya saing industri kreatif.

**Kata Kunci** : *Human Capital, Social Capital, Intellectual Capital, Inovasi Model Bisnis, Daya Saing Industri Kreatif*

## ABSTRACT

*In general, this research aims to develop competitiveness model for creative industry based on the management of intellectual capital (human capital and social capital) and business model innovations developed. Operationally this research is done to design model based on Analytic Hierarchy Process with the aim to determine the priority of intellectual capital element and business model innovations that affect the competitiveness of the creative industry. Data collection be done through surveys and in-depth interviews. Analitical Hierachy Process is used to give conclusion criteria that influence competitiveness of creative industry of Medan City. Based on the results of the criteria ranking will be obtained map of intellectual capital (human capital and social capital), business model innovation and creative industry competitiveness in Medan City. The results of this study indicate that the priority criteria for improving the competitiveness of creative industries in Medan City ranging from human capital (45.91%), business model innovation (40.01%) and Social Capital (14.08%). Human capital greatly affect the intellectual capital of the creative industry in the city of Medan. Human resources who have competence and build a culture of innovation and supported the network with stakeholders can improve the competitiveness of creative industries.*

**keywords** : *Human capital, Social capital. Intellectual capital, Business model innovation, Competitiveness of creative industry*

## **PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MIE INSTAN MEREK SAMYANG**

**Alexander Xavier dan Ika Suhartanti Darmo**

ika.darmo@kalbis.ac.id

Fakultas Bisnis, Institut Teknologi dan Bisnis Kalbis (KALBIS Institute)

### **ABSTRAK**

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian. Sumber data awal penelitian merupakan data sekunder dan data primer. Data penelitian berasal dari kuesioner responden. Metode analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis di aplikasi SPSS 20, dengan pengolahan data kuantitatif sebesar 190 responden yang telah membeli mie instan bermerek Samyang. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, ditunjukkan dengan t-hitung sebesar masing-masing 3,315 dan 6,685 (lebih besar dari t-tabel), dan f hitung 80,344 (lebih besar dari f tabel). Penelitian ini memperlihatkan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

**Kata kunci:** kualitas produk, harga, keputusan pembelian

### **ABSTRACT**

*This research is intended to know the effect of product quality and price to purchase decision. The source of initial research data is secondary data and primary data. The research data is from the respondent questionnaire. The method of analysis in this study using analysis in SPSS 20 applications, with quantitative data processing of 190 respondents who have bought instant noodles branded Samyang. The result of hypothesis test shows that product quality and price have significant effect to purchase decision, indicated by t-count equal to 3,315 and 6,685 respectively (bigger than t-table), and f count 80,344 (bigger than f-table). This study shows that product quality and price influence the purchasing decision.*

**keywords:** *product quality, price, and purchase decision*

# **ANALISIS PENGARUH CASH FLOW, FUND SIZE, EXPENSE RATIO, TURNOVER RATIO, DAN MARKET TIMING ABILITY TERHADAP KINERJA REKSADANA SAHAM**

**Dewi Anggraeni, Andhi Wijayanto, dan Moh. Khoiruddin**

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang, Semarang, Indonesia

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *cash flow*, *fund size*, *expense ratio*, *turnover ratio*, dan *market timing ability* terhadap kinerja reksadana saham di Indonesia. Pengukuran kinerja reksadana saham dengan Metode Sharpe, Metode Treynor, dan Metode Jensen Alpha. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 21 reksadana saham yang dipilih menggunakan metode *purposive sampling* selama periode penelitian yaitu Januari 2012 sampai Desember 2016. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder dengan metode dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan program Eviews 8. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *cash flow*, *fund size*, dan *expense ratio* yang diukur dengan Metode Sharpe, Metode Treynor, dan Metode Jensen Alpha tidak berpengaruh terhadap kinerja reksadana saham. *Turnover ratio* yang diukur dengan Metode Sharpe dan Metode Treynor tidak berpengaruh terhadap kinerja reksadana saham, sedangkan *turnover rasio* yang diukur dengan Metode Jensen Apha berpengaruh positif terhadap kinerja reksadana saham. *Market timing ability* yang diukur dengan Metode Sharpe, Metode Treynor, dan Metode Jensen Alpha berpengaruh positif terhadap kinerja reksadana saham. Kekonsistenan hasil terjadi pada pengukuran Metode Sharpe dan Metode Treynor karena kedua metode ini melakukan pengukuran berdasarkan slope reksadana. berbeda dengan Metode Jensen Alpha yang melakukan pengukuran berdasarkan intercep reksadana.

**Kata kunci** : *Cash Flow, Fund Size, Expense Ratio, Turnover Ratio, Market Timing ability.*

## **ABSTRACT**

*This research aimed to analyze the effect of cash flow, fund size, expense ratio, turnover ratio, and market timing ability on mutual funds performance measured by Sharpe method, Treynor method, and Jensen Alpha method. This research used three methods to determine the consistency of the results of independent variables to the dependen variable. This research used 21 samples of mutual funds with purposive sampling method. Observation period in this research was 5 year. The data used in this research were secondary data and data analysis techniques using Eviews 8 program. The results showed that cash flow, fund size, expense ratio measured by Sharpe method, Treynor method, and Jensen Alpha method did not affect on mutual funds performances. Turnover ratio measured by Sharpe method and Treynor method had not effect on mutual funds performance, while turnover ratio measured by Jensen Alpha method had a positive effect on mutual funds performance. Market timing abilities measured by Sharpe method, Treynor method, and Jensen Alpha method had a positive effect on mutual funds performance. Consistency of results occurs on the measurement of the Sharpe method and Treynor method since both of these methods perform measurements based on mutual fund slope. In contrast to Jensen Alpha's method of measuring by mutual fund intercept.*

**keywords** : *Cash Flow, Fund Size, Expense Ratio, Turnover Ratio, Market Timing ability.*

## **PENERAPAN STRATEGI *BUNDLING* SEBAGAI PEMBANDING TERHADAP KUALITAS PRODUK DAN KEPUASAN PELANGGAN**

**Intan W. Sakti dan Ratih Hurriyati**

intan.sakti@widyatama.ac.id

ratih@upi.edu

Dosen Fakultas Bisnis & Manajemen, Universitas Widyatama

Mahasiswa Program Doktor Ilmu Manajemen Universitas Pendidikan Indonesia

Universitas Pendidikan Indonesia

### **ABSTRAK**

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana perusahaan agen perjalanan wisata memberikan kemudahan kepada pelanggan dalam menentukan tujuan wisata dengan fasilitas tiket penerbangan serta penginapan. Dalam hal ini apakah dengan sistem *bundling* dapat dirasakan kesesuaian kualitas yang diterima oleh pelanggan. Metode yang digunakan adalah *Path Analysis*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan strategi *bundling* ini tidak memberikan kualitas yang sesuai sehingga menurunkan tingkat kepuasan pelanggan.

**Kata kunci** : Strategi *bundling*, Kualitas produk, Kepuasan pelanggan

### **ABSTRACT**

*This research was conducted to find out how far the travel agent company provide convenience to the customer in determining the destination with ticket facility and lodging. In this case whether the bundling system can be perceived quality conformity received by the customer. The method used is Path Analysis. The results show that the implementation of this bundling strategy does not provide the appropriate quality so as to lower the level of customer satisfaction.*

**keywords**: *Bundling strategy, product quality, customer satisfaction*

**PENGARUH TRANSFORMASIONAL LEADERSHIP TERHADAP KINERJA  
KARYAWAN DENGAN PERILAKU KERJA PROAKTIF  
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING  
(STUDI PADA PERUSAHAAN PASCA AKUISISI DI INDONESIA)**

**Intan Ratnawati**

intanratna@yahoo.com

Fakultas Ekonomika dan Bisnis - Universitas Diponegoro

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan meneliti pengaruh kepemimpinan transformasional terhadap kinerja karyawan melalui perilaku kerja proaktif, pada perusahaan pasca akuisisi di Indonesia. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan level menengah di empat perusahaan di Indonesia yang diakuisisi sejak tahun 2014, dua perusahaan merupakan perusahaan jasa, dan dua perusahaan merupakan perusahaan manufaktur. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Dari analisis SEM diperoleh hasil bahwa Kepemimpinan Transformasional berpengaruh positif signifikan terhadap Kinerja Karyawan, dengan nilai *CR* sebesar 3.89 dan signifikan pada *p-value* < 0.001, demikian pula dengan pengaruh Kepemimpinan Transformasional terhadap Perilaku Kerja Proaktif menunjukkan hasil positif signifikan dengan nilai *CR* sebesar 4.444 dan *p-value* < 0.001. Pengaruh Perilaku Kerja Proaktif terhadap Kinerja Karyawan juga memberikan hasil Kepemimpinan Transformasional berpengaruh positif terhadap Kinerja Karyawan melalui Perilaku Kerja Proaktif, hal ini terlihat dari nilai *Sobel test* sebesar 2.96610443 dengan nilai *p-value* sebesar 0.0030 signifikan pada tingkat signifikansi 1 persen.

**Kata kunci:** Kepemimpinan Transformasional, Perilaku Kerja Proaktif, Kinerja Karyawan

**ABSTRACT**

*This study aims to examine the effect of transformational leadership on employee performance through proactive employment behavior, in post-acquisition companies in Indonesia. The population in this study are all middle-level employees in four companies in Indonesia acquired since 2014, two companies are service companies, and two companies are manufacturing companies. Determination of sample in this research using technique of non probability sampling with purposive sampling method. From SEM analysis, it was found that transformational leadership had a significant positive effect on employee performance, with CR value of 3.89 and significant at p value < 0.001, as well as the effect of transformational leadership on proactive work behavior showed significant positive result with CR value 4,444 and p value < 0.001. The effect of proactive work behavior on employee performance also gives positive positive result with CR value of 5,308 and p value equal to < 0.001. Sobel test results show that the leadership style transformational positive effect on employee performance through proactive work behavior, it is seen from the value of test sobel of 2.96610443 with the value of p-value of 0.0030 significant at the level of significance of 1 %.*

**keywords:** *transformational leadership, proactive work behaviour, and employee performance*

**ANALISIS STRATEGI PENGHIMPUNAN DANA  
ZAKAT INFAK DAN SEDEKAH  
(Studi Kasus Lembaga Amil Zakat Umat Sejahtera Ponorogo)**

**Andi Triyawan, Royyan Ramdhani Djayusman, dan Mufti Afif**  
Universitas Darussalam Gontor, Ponorogo

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi preferensi dan faktor-faktor yang memengaruhi umat muslim Ponorogo dalam membayar ZIS dan mengidentifikasi strategi penghimpunan dana zakat infak dan sedekah LAZ Ummat Sejahtera Ponorogo. Metode yang digunakan dalam Penelitian ini adalah metode campuran (mixed methodologies) atau metode triangulasi (triangulation). Metode penelitian kuantitatif digunakan untuk mengetahui preferensi dan faktor-faktor yang mempengaruhi minat umat muslim Ponorogo dalam membayar ZIS. Sedangkan metode kualitatif digunakan untuk menganalisa strategi yang telah dilakukan oleh LAZ Ummat Sejahtera dalam rangka menghimpun dana ZIS. Pengumpulan data dalam penelitian kuantitatif melalui penyebaran kuesioner kepada 250 muslim Ponorogo dengan menggunakan metode non probability sampling dengan teknik purposive sampling. Setelah itu, data dianalisis dengan metode analisis faktor. Sedangkan pengumpulan data penelitian kualitatif didapat melalui wawancara dengan pengurus LAZ Ummat Sejahtera, observasi, dan dokumentasi terkait dengan LAZ Ummat Sejahtera. Setelah itu, dilakukan analisa dengan teknik analisis SWOT (strengths, weaknesses, opportunities, and threats). Hasil penelitian menerangkan, pertama, dari analisis faktor menunjukkan empat faktor yang memengaruhi minat Muslim Ponorogo dalam membayar ZIS yaitu faktor keimanan, faktor layanan LAZ, faktor pengetahuan agama, dan faktor ibadah. Kedua, dari analisis SWOT menghasilkan 24 strategi berdasarkan perilaku umat Muslim Ponorogo dalam membayar ZIS.

**Kata Kunci:** Zakat, Infak, Sedekah, Lembaga Amil Zakat, Preferensi

**ABSTRACT**

*The aims of this Research to identify the preferences and factors that influencing the Muslims Ponorogo in paying ZIS and identifying the strategy of accumulating ZIS at LAZ Ummat Sejahtera Ponorogo. The method that used in this research is mixed method or triangulation method. And Quantitative research methods used to determine the preferences and factors that influence the interest of Muslims Ponorogo in paying ZIS. While the qualitative method used to analyze the strategy that has been done by LAZ Ummat Sejahtera to collect ZIS funds. Data collection in quantitative research through the spreading of questionnaires to 250 Moslem Ponorogo using non probability sampling method with purposive sampling technique. After that, the data were analyzed by factor analysis method. While collecting qualitative research data obtained by interviews with LAZ Ummat Sejahtera board, observation, and documentation associated with LAZ Ummat Sejahtera. After that, analyzed by SWOT analysis technique (strengths, weaknesses, opportunities, and threats). The results of the research explain, first, from factor analysis show four factors influencing interest of Muslim Ponorogo in paying ZIS that is factor of faith, service factor of LAZ, factor of religious knowledge, and factor of worship. Second, the SWOT analysis yielded 24 strategies based on the behavior of Ponorogo Muslims in paying ZIS.*

**keywords:** Zakat, Infak, Alms, Amil Zakat Institution, Preference

## PERANCANGAN PEMBELAJARAN KEWIRAUSAHAAN BERBASIS KKN

**Dihin Septyanto dan I.Joko Dewanto**

dihin.septyanto@esaunggul.ac.id

djoko.dewanto@gmail.com

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Esa Unggul Jakarta  
Magister Teknik Informatika, STMIK Raharja Jakarta

### ABSTRAK

Tujuan penelitian Merancang desain sistem Pembelajaran Kewirausahaan untuk Perguruan Tinggi. Masalah pembelajaran wirausaha, seperti : rendahnya motivasi kewirausahaan, sulit mengembangkan ide usaha, tidak menjalankan studi kelayakan, lemahnya grand desain dan start up bisnis wirausaha. Metode Penelitian yang digunakan adalah : Pengembangan model desain pembelajaran kewirausahaan pada perguruan tinggi, dengan cara melakukan analisis perancangan desain pembelajaran ADDIE (*analysis, design, development, implementation and evaluation*). Perancangan dilakukan dari segi perencanaan kurikulum, SAP, GBPP, Silabus, Buku Pedoman dan Modul Perkuliahan. Dari segi sistem melakukan Pengembangan SDLC dan perancangan OOAD, antara lain : Use case, class, dan perancangan UID. Hasil penelitian merupakan Rancangan Sistem Pembelajaran Wirausaha serta Rancangan Desain Sistem Pembelajaran Wirausaha berbasis Multimedia. Kelanjutan penelitian adalah melakukan Implementasi desain sistem dan Evaluasi Desain Sistem Pembelajaran Wirausaha Berbasis Multimedia.

**Kata kunci :** Rancangan Sistem Pembelajaran, Kewirausahaan, ADDIE, SDLC, OOAD, UID

### ABSTRACT

*Research Objectives Designing the design of Entrepreneurship Learning system for Higher Education. Problems of entrepreneurial learning, such as: low entrepreneurial motivation, difficult to develop business ideas, not running feasibility studies, weakness of grand design and start up entrepreneurial business. The research method used is: Development of model of entrepreneurship learning design at university, by doing analysis of design of ADDIE learning design (analysis, design, development, implementation and evaluation). The design is done in terms of curriculum planning, SAP, GBPP, Syllabus, Guidebook and Course Module. In terms of systems do SDLC Development and design OOAD, among others: Use case, class, and design UID. The results of the study are the Design of Entrepreneurial Learning System as well as the Design of Multimedia Based Entrepreneurial Learning System. The continuation of the research is to implement the system design and Evaluation of Multimedia Based Entrepreneurial Learning System Design.*

**keywords :** Design of Learning System, Entrepreneurship, ADDIE, SDLC, OOAD, UID

# **PENGARUH CAUSE PROXIMITY AKTIVITAS CSR TERHADAP CITRA BANK DAN DAMPAKNYA TERHADAP NIAT UNTUK MENJADI NASABAH BANK KALBAR**

**Barkah**

barkahobed@yahoo.co.id

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tanjungpura Pontianak

## **ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh *Cause Proximity* aktifitas CSR yang dilakukan terhadap Citra Bank dan dampaknya terhadap niat untuk menjadi nasabah Bank Kalbar di Pontianak. Penelitian ini dirancang sebagai penelitian *explanatory*, yaitu untuk menjelaskan pengaruh hubungan sebab akibat antar variabel di dalam permasalahan penelitian yang telah diidentifikasi. Populasinya adalah masyarakat Kota Pontianak yang mengetahui aktifitas CSR yang dilaksanakan oleh Bank Kalbar. Pengambilan sampel yaitu dengan cara *sampling non probability* dengan teknik pengambilan berdasarkan *judgement sampling*. Dalam menganalisis data, digunakan statistik deskriptif dan *Structural Equation Modelling (SEM)* dengan bantuan *software AMOS 20.0*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Cause Proximity* berpengaruh signifikan terhadap Citra Bank Kalbar.; Citra Bank berpengaruh signifikan terhadap Niat Menjadi Nasabah dan *Cause Proximity aktivitas CSR Bank Kalbar* berpengaruh tidak signifikan terhadap Niat menjadi Nasabah.

**Kata kunci :** *Cause Proximity*, Citra Bank, Niat Menjadi Nasabah

## **ABSTRACT**

*The purpose of this research to investigate the influence of Cause Proximity of CSR activities has done by Bank Kalbar toward Bank Image and Intention to be customer. Research design used explanatory research in order to explain the influence among variables as indicated in research problem. The population of this research are the community in Pontianak who know about CSR activities done by Bank Kalbar. In this research we use Non Probability sampling with judgement sampling . In order to data analyse, we use Descriptive statistic and Structural Equation Modelling (SEM) with software AMOS 20.0. The result indicates that first, Cause Proximity significantly influence Bank Image; second, Bank Image significantly influence the intention to be Bank Kalbar's customer' and third, Cause Proximity non significantly effect on intention to be Bank Kalbar's customer.*

**keywords:** *Cause Proximity Bank Image, and Purchase Intention*



# **ANALISIS PENGARUH TOLAK UKUR SOSIAL TERHADAP EKUITAS MEREK STUDI GENERASI MILLENNIAL PEMAIN DOTA 2 DI KOTA PONTIANAK**

**Juniwati dan Leo Rizky Djoanda**

juniwatifeb@gmail.com

Dosen FEB Universitas Tanjungpura, Pontianak

Alumni FEB Universitas Tanjungpura, Pontianak

## **ABSTRAK**

Sejumlah game online telah diakui sebagai olahraga yang dipertandingkan dalam kejuaraan dunia dan dikenal dengan istilah esports (olahraga elektronik). Pemasar kemudian berusaha memenangkan persaingan di industri esports dengan membangun ekuitas merek sampai memberdayakan pemain sebagai agen pemasar seperti yang dilakukan oleh Dota 2. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh tolak ukur sosial terhadap ekuitas merek pada pemain game Dota 2 di kota Pontianak yang termasuk dalam kategori generasi millennial. Dari hasil analisis Regresi Linier Sederhana dinyatakan tolak ukur sosial berpengaruh signifikan positif terhadap ekuitas merek.

**Kata kunci** : tolak ukur sosial, ekuitas merek

**STRATEGI EMPOWERMENT COMPETENCE OF HUMAN RESOURCES SEBAGAI  
UPAYA PENINGKATAN PRODUKTIVITAS SEKTOR EKONOMI UMKM  
PANGKALPINANG**

**Dian Prihardini Wibawa, Muhammad Tanggung, dan Erwin**  
dianpw.mustafa@gmail.com  
Fakultas Ekonomi, Universitas Bangka Belitung

**ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini mengkaji bagaimana strategi peningkatan kompetensi pelaku UMKM dalam rangka meningkatkan produktivitas usaha di kota Pangkalpinang. Variabel independen dalam penelitian ini adalah kompetensi, yaitu *Ability* ( $X_1$ ), *Attitude* ( $X_2$ ), *Knowledge* ( $X_3$ ) dan *Skill* ( $X_4$ ). Sedangkan variabel dependennya adalah produktivitas ( $Y$ ). Penelitian ini mengkaji bagaimana pengaruh kompetensi terhadap produktivitas pelaku UMKM sektor ekonomi di Pangkalpinang. Sampel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah 101 UMKM yang ada di Kota Pangkalpinang dengan menggunakan Rumus *Slovin* 10%. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa kompetensi SDM (*ability*, *Attitude*, *Knowledge* dan *Skill*) berpengaruh positif terhadap tingkat Produktivitas sektor ekonomi UMKM di Kota Pangkalpinang.

**Kata kunci:** *Ability*, *Attitude*, *Knowledge*, *Skill* dan Produktivitas

**ABSTRACT**

*The purpose of this study to examine how the strategy of increasing the competence of SMEs in order to improve business productivity in Pangkalpinang City. Independent variables in this study are competence, namely Ability ( $X_1$ ), Attitude ( $X_2$ ), Knowledge ( $X_3$ ) and Skill ( $X_4$ ) while the dependent variable is productivity ( $Y$ ). This study examines how the effect of competence on the productivity of SMEs in the economic sector in Pangkalpinang. The research sample in this research is 101 SMEs that exist in Pangkalpinang City by using 10% Slovin formula. The Result research indicate that competence of human resources (ability, Attitude, Knowledge and Skill) have a positive effect to Productivity level of SME sector in Pangkalpinang City.*

**keywords:** *Ability*, *Attitude*, *Knowledge*, *Skill* and Productivity

**DAMPAK MODAL SOSIAL TERHADAP  
KEPUTUSAN PENDANAAN DALAM MENGELOLA TEKANAN KEUANGAN  
(Studi Pada UMK Batik di Kota Semarang)**

**Suryakusuma K.H. dan Siti Puryandani**  
suryakusumakh7@gmail.com  
Program Studi Manajemen, STIE Bank BPD Jateng.

**ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini menganalisis bagaimana kinerja keuangan dalam kondisi bisnis yang mengalami tekanan keuangan dan bagaimana pelaku usaha bereaksi terhadap perubahan lingkungan dan memanfaatkan keberadaan modal sosial agar keberlanjutan perusahaan dapat dipertahankan. Penelitian ini akan mengkaji variabel modal sosial, keputusan pendanaan dan tekanan keuangan. Obyek penelitian adalah pelaku UKM Batik di Kota Semarang yang sudah menjadi binaan dan masih melakukan operasional sampai tahun 2017 sebanyak 36 pelaku UKM Batik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa modal sosial berdampak terhadap keputusan pendanaan dan keputusan pendanaan pada akhirnya berpengaruh terhadap tekanan keuangan yang dihadapi oleh UKM Batik.

**Kata kunci:** modal sosial, keputusan pendanaan dan tekanan keuangan

**ABSTRACT**

*The purpose aim how financial performance in a business situation have financial distress and how entrepreneurs react to environmental changes and take advantage of the social capital for sustainability. This study will investigate the social capital, the financial decision and financial distress. The research objects are SME Batik Semarang that tenant by government bank in Semarang. The SME Batik have operational during 2017 and total questionnaire are collecting 36 SME Batik. The result argue that social capital have impact to the financing decision and financing decision eventually influences financial distress.*

**keywords :** capital social, financing decision, and financial distress.

**“PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, REPUTASI AUDITOR, KOMITE  
MANAJEMEN RISIKO, KOMISARIS INDEPENDEN, DAN KONSENTRASI  
KEPEMILIKAN TERHADAP PENGUNGKAPAN *ENTERPRISE RISK MANAGEMENT*”**

**Listyorini Wahyu Widati dan Anggi Anindya Ramadhani**  
Email : listyoriniwidati@yahoo..com  
Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang

**ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini untuk menguji pengaruh Ukuran Perusahaan, Reputasi Auditor, Komite Manajemen Risiko, Komisaris Independen dan Konsentrasi Kepemilikan terhadap *Enterprise Risk Management*. Penelitian ini difokuskan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2013-2015. Penelitian dilakukan dengan jumlah pengamatan sebanyak 177 sampel penelitian yang diperoleh dengan metode nonprobability sampling yaitu teknik purposive sampling. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa Reputasi Auditor, Komite Manajemen Risiko, dan Komisaris Independen tidak berpengaruh terhadap *Enterprise Risk Management*. Ukuran Perusahaan dan Konsentrasi Kepemilikan berpengaruh terhadap *Enterprise Risk Management*.

**Kata kunci:** *Enterprise Risk Management*, Ukuran Perusahaan, Reputasi Auditor, Komite Manajemen Risiko, Komisaris Independen dan Konsentrasi Kepemilikan.

**ABSTRACT**

*The purpose of this research to examine the effect of Firm Size, Auditor Reputation, Risk Management Committee, Independent Commissioners, and Ownership Concentration of Enterprise Risk Management. This study focused on manufacturing companies listed in Indonesia Stock Exchange (BEI) period 2013-2015. This study 177 number of observations sample obtained by the method nonprobability sampling purposive sampling technique. The analysis technique used in this research is multiple linear regression analysis. The analysis showed that the Auditor Reputation, Risk Management Committee, and Independent Commissioners has no effect on Enterprise Risk Management. Firm Size and Ownership Concentration has effect on Enterprise Risk Management.*

**keywords:** *Enterprise Risk Management, Firm Size, Auditor Reputation, Risk Management Committee, Independent Commissioners, and Ownership Concentration.*

## **CORPORATE TURNAROUND PERUSAHAAN MANUFAKTUR DI NEGARA NEGARA ASEAN-5**

**Irene Rini Demi Pangestuti**  
irenerinidp1960@gmail.com  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Diponegoro

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh ukuran perusahaan, *free assets*, *asset retrenchment*, dan *institutional Ownership* terhadap *corporate turnaround* perusahaan manufaktur yang *Go Public* pada Bursa Efek di 5 negara Asean, yang sebelumnya mengalami *financial distress*. *Financial distress* dan strategi *turnaround* memiliki keterkaitan karena keberhasilan suatu perusahaan terlepas dari kondisi *financial distress* ditentukan oleh keberhasilan *turnaround* yang dilakukan. Kondisi *financial distress* dapat menyebabkan berbagai kerugian yang harus ditanggung oleh pemegang saham, kreditur, manajer, dan pemasok bahan baku yang apabila kondisi ini tidak tertangani akan menyebabkan kebangkrutan. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini dipilih menggunakan cara *purposive sampling* dan diperoleh sampel untuk Indonesia 13 perusahaan, Malaysia 16 perusahaan, Philippines 14 perusahaan, Singapore 23 perusahaan dan Thailand 25 perusahaan. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan metode analisis regresi logistik. Hasil penelitian menunjukkan, probabilitas *corporate turnaround* dipengaruhi positif oleh ukuran perusahaan dan dipengaruhi negatif oleh kepemilikan institusional, yang memberikan makna bahwa semakin besar aset perusahaan akan menyebabkan probabilitas terjadinya *corporate turnaround* semakin besar, dan semakin besar porsi kepemilikan institusional probabilitas terjadinya *corporate turnaround* semakin kecil. Sedangkan *free assets*, dan *asset retrenchment* tidak berpengaruh terhadap *corporate turnaround*.

**Kata kunci:** *Corporate Turnaround*, ukuran perusahaan, *free assets*, *asset retrenchment*, dan *Institutional ownership*

### **ABSTRACT**

*The purpose of this study is to analyze the effect of firm size, free assets, asset retrenchment, and institutional ownership on corporate turnaround of manufacturing companies listing on the Securities Exchange of 5 ASEAN countries, which previously experienced financial distress. Financial distress and turnaround strategies are linked as company's success, regardless of financial distress, is determined by the success of the turnaround. The condition of financial distress can cause various losses that must be borne by the shareholders, creditors, managers, and suppliers of raw materials that, if this condition is not handled, will lead to bankruptcy. Using purposive sampling technique, sample was selected that consists of 13 Indonesia companies, 16 Malaysia companies, 14 the Philippines companies, 23 Singapore companies and 25 Thailand companies. Data was analyzed using logistic regression analysis method. The study found that probability of corporate turnaround is positively influenced by firm size and negatively influenced by institutional ownership. This means that the greater asset of the firm, the greater probability of corporate turnaround, and the greater the portion of institutional ownership the less probability of corporate turnaround. Other variables, free assets, and asset retrenchment, were found do not affect corporate turnaround.*

**keywords:** *Corporate Turnaround, company size, free assets, asset retrenchment, and Institutional ownership*

**ANTARA MANAJEMEN SUMBERDAYA MANUSIA, GLOBALISASI,  
DAN KEINTIMAN KEDUANYA**

**Andriyani**

andriyaniarnaz@gmail.com

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Diponegoro

**ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini adalah menelaah kembali fungsi Manajemen Sumberdaya Manusia yang banyak dipertanyakan sumbang perannya dalam fungsi manajemen di dunia bisnis yang makin mengglobal. Dimanakah sebetulnya Manajemen Sumberdaya Manusia harus berpijak kuat agar tidak hanya berhenti sebagai “manajemen personal” belaka, bagaimana seharusnya perannya, dan bagaimana kontribusinya bagi globalisasi yang terjadi di berbagai sektor perusahaan.

**Kata kunci:** manajemen, manajemen sumberdaya manusia, dan globalisasi

**ABSTRACT**

*The purpose of this research to re-examine the function of human resources management is questionable contribute its role in the management function in the business world is increasingly global. Where in fact human resources management must be firmly grounded not only as a mere personnel management, how its role should be, and how it contributes to globalization taking place in various corporates sectors.*

**keywords:** *management, human resources management, and globalization*

**PENGUKURAN KEPUASAN SISTEM INFORMASI KEMITRAAN USAHA KECIL DAN  
MENENGAH PADA BUMN PENGELOLA PROGRAM KEMITRAAN  
DAN BINA LINGKUNGAN  
( Studi Kasus Pada Mitra Binaan di Kota Bandung)**

**Senny Handayani dan Saepudin Nirwan**

sennyhandayani@poltekpos.ac.id, nirwansaepudin@poltekpos.ac.id  
DIV Manajemen Bisnis, DIII Teknik Informatika, Politeknik Pos Indonesia

**ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, dan Kualitas Layanan aplikasi Smartbisnis terhadap Kepuasan Mitra Binaan pada Program CDC (*Community Development Center*) PT.Telekomunikasi Indonesia,Tbk di Kota Bandung. Dalam penelitian ini menggunakan sampel terhadap mitra-mitra binaan CDC Telkom. Teknik pengambilan datanya menggunakan *simple random sampling* sebanyak 56 reponden. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan uji statistik deskriptif dan model regresi berganda yang telah melalui pengujian validitas, reliabilitas. Pengujian hipotesis pada penelitian ini dilakukan dengan menguji pengaruh variabel kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas layanan terhadap kepuasan mitra binaan melalui pengujian simultan (uji f) dan pengujian parsial (uji t). Uji Statistik deskriptif menunjukkan hasil bahwa kualitas layanan mendapatkan skor terendah sebesar 228 dan skor tertinggi adalah kualitas informasi sebesar 230. Sedangkan uji validitas dan reliabilitas menunjukkan semua butir pernyataan dan variabel dikatakan valid dan reliabel. Hasil penelitian korelasi, regresi, uji t, uji f & koefisien determinasi membuktikan bahwa kualitas sistem, kualitas informasi dan kualitas layanan berhubungan dan berpengaruh sangat kuat dan signifikan secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan mitra binaan Telkom.

**Kata kunci:** Kepuasan, Sistem Informasi, Kemitraan, Usaha Kecil dan Menengah

**ABSTRACT**

*The purpose of this research is to examine the effect of Quality System, Quality of Information, and Quality of Service of Smartbisnis application to Satisfaction of Partner in Program of CDC (Community Development Center) PT.Telekomunikasi Indonesia, Tbk in Bandung. This research use sample to partner of CDC Telkom. Technique of data retrieval using simple random sampling counted 56 respondents. Data analysis method used in this research is using descriptive statistical test and multiple regression model which has been through validity, reliability test. Hypothesis testing in this research is done by examining the effect of system quality variable, quality of information, and service quality to partners' satisfaction through simultaneous testing (f test) and partial test (t test). Descriptive statistics test shows the result that the quality of service get the lowest score of 228 and the highest score is the quality of information amounted to 230. While the validity and reliability test shows all the grains of statements and variables are said to be valid and reliable. The result of correlation, regression, t test, f & coefficient determination test proves that the quality of system, quality of information and service quality are related and influential very strong and significant partially or simultaneously to satisfaction of Telkom's partner.*

**keywords:** *Satisfaction, Information Systems, Partnerships, Small and Medium Enterprises.*

## **CROWDFUNDING DAN PROBLEM INKLUSI KEUANGAN UMKM DI INDONESIA**

**Taofik Hidajat, Ina Primiana, Sulaeman R.Nidar, dan Erie Febrian**

inidotcom@yahoo.com

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bank BPD Jawa Tengah, Semarang  
Universitas Padjadjaran, Bandung

### **ABSTRAK**

Problem inklusi keuangan atau terbatasnya akses terhadap modal adalah salah satu kendala yang dihadapi oleh pelaku UMKM di Indonesia. Untuk mengatasi masalah tersebut, artikel ini mengajukan sebuah model pembiayaan bagi UMKM melalui mekanisme *crowdfunding*. *Crowdfunding* saat ini muncul sebagai salah satu solusi untuk mengatasi masalah sumber pendanaan terutama untuk mendanai proyek yang baru berjalan. Hasil penelitian dengan metode kualitatif diperoleh jawaban bahwa model *crowdfunding* yang dianggap adil bagi pelaku usaha kecil adalah model investasi dengan menggunakan prinsip bagi hasil seperti akad *mudharabah*. Prinsip bagi hasil dianggap merupakan mekanisme yang lebih adil dan tepat dibandingkan dengan akad konvensional. Model bisnis *crowdfunding* ini terdiri dari tiga pelaku utama yaitu UMKM sebagai pihak yang membutuhkan modal, *crowdfunders* sebagai pihak yang memberikan modal, dan operator *crowdfunding* sebagai pihak yang mempertemukan dan memfasilitasi antara UMKM dengan *crowdfunders*. Komponen lain yang mendukung adalah website dengan platform *crowdfunding* serta bank sebagai *payment gateway*.

**Kata kunci:** *crowdfunding*, inklusi keuangan, usaha kecil, *mudharabah*, Indonesia

### **ABSTRACT**

*The low level of financial inclusion or limited access to capital is one of most significant constraint faced by micro, small and medium-sized enterprises (SMEs) in Indonesia. To solve the problem, this study proposed a model of financing for SMEs through crowd funding mechanism that is currently emerging as a solution to solve the problem of funding sources, especially to finance new projects. From the study conducted with qualitative methods, it was concluded that the appropriate crowd funding model was the investment model by utilizing the principle of profit sharing such as mudharabah. The principle of sharing is considered as the fairer and precise business management cooperation mechanism if it is compared with conventional contract. Crowd funding business model consists of three main actors, namely SMEs as those in need of capital, crowd funders as the party who provides the capital, and crowd funding operator as the party who brings together and facilitates SMEs with crowd funders. Another supporting factors are website with crowd funding platform and bank as payment gateway.*

**keywords:** *crowdfunding*, financial inclusion, SMEs, *mudharabah*, Indonesia



**PENGARUH KEPEMIMPINAN TRANSFORMASIONAL, BUDAYA ORGANISASI,  
SELF-EFFICACY DAN LOCUS OF CONTROL TERHADAP KINERJA KARYAWAN  
(Studi Empirik pada PT PLN Persero APJ Semarang)**

**Sri Rahayuningsih dan Askar Yuniarto**  
ayu\_1961@yahoo.com, askaryuniarto@yahoo.com  
UNISBANK Semarang

***ABSTRACT***

*This study analyzed the effect of transformational leadership, organizational culture, self efficacy and locus of control toward the employee performance. Object of study in this paper at PT PLN Persero APJ Semarang. The sampling technique in this research use the Purposive Sampling by 85 respondents. Analysis of the data used include the product moment test validity, reliability testing with Alpha Cronbrach, multiple regression analysis, t test to test and approve the research hypothesis. The results of the research are: (1) Transformational leadership has positive and significant impact on the performance of the employee, the better leadership within the organization will improve employee performance. (2) Organizational culture have positive and significant impact on the performance of the employee, the more often the organizational culture is given it will improve employee performance. (3) Self Efficacy has positive and significant impact for the performance of the employee, the more often self efficacy is given so the employee will be increased. (4) Locus of Control has positive and significant impact for performance of the employee, the more often locus of control is given it will improve performance*

**keywords:** *Transformational leadership, organisational culture, self efficacy, locus of control and employee performance.*

## DETERMINAN PENGUNGKAPAN MODAL INTELEKTUAL STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BEI

Nur Aini, Yeye Susilowati, dan Julia Elfika.L

nur4ini57@yahoo.co.id

yeye\_susilowati@yahoo.co.id

juliafika26@gmail.com

Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank, Semarang

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh ukuran perusahaan, umur perusahaan, komisaris independen, konsentrasi kepemilikan, *leverage*, profitabilitas dan komite audit terhadap pengungkapan modal intelektual pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2013-2015. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Pemilihan sampel menggunakan metode *purposive* sampling dan menghasilkan 215 sampel. Metode analisis data dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Penelitian ini menemukan hasil umur perusahaan, komisaris independen, konsentrasi kepemilikan dan *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan modal intelektual. Sedangkan ukuran perusahaan profitabilitas dan komite audit berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan modal intelektual.

**Kata Kunci :** modal intelektual / *Intellectual Capital Disclosure*, Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, Komisaris Independen, Konsentrasi Kepemilikan, *Leverage*, Profitabilitas dan Komite Audit

### ABSTRACT

*This study aims to examine and analyze the effect of firm size, age of company, independent commissioner, ownership concentration, leverage, profitability and audit committee on intellectual capital disclosure at manufacturing companies listed on Indonesia Stock Exchange period 2013-2015. The population in this study are all manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange. The sample selection used purposive sampling method and resulted 215 samples. Methods of data analysis by using multiple linear regression analysis. This study finds the result of company age, independent commissioner, ownership concentration and leverage do not have an effect on intellectual capital disclosure. While the size of the company profitability and audit committee have a significant positive effect on intellectual capital disclosure.*

**keywords :** *Intellectual Capital Disclosure, Company Size, Company Age, Independent Commissioner, Ownership Concentration, Leverage, Profitability and Audit Committee*

## PENGUATAN PERILAKU PRO LINGKUNGAN DI KAMPUS DENGAN KEPEMIMPINAN YANG BERORIENTASI LINGKUNGAN

**Intan Novela QA dan Adnan Effendi**

email: intan.novela@gmail.com

email: aan.effendi101@gmail.com

Faculty of Economics and Business, Sebelas Maret University

### ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini untuk melihat pentingnya faktor kontekstual dalam hal ini kepemimpinan yang berpengaruh pada perilaku pro lingkungan di tempat kerja serta untuk mendapatkan pemahaman lebih baik tentang faktor-faktor tersebut yang mungkin berpengaruh pada hubungan antara sikap dan perilaku pro lingkungan dalam konteks organisasional. Penelitian ini akan melihat bagaimana kepemimpinan dan yang berorientasi lingkungan memperkuat pengaruh sikap pada perilaku pro lingkungan yang telah diteliti pada tahun sebelumnya. Sampel dalam penelitian ini sejumlah 311 responden yang terdiri dari 101 dosen, 104 karyawan (staf), dan 106 mahasiswa di Universitas Sebelas Maret Surakarta. Dengan menggunakan data primer yang memakai kuesioner, dan diolah menggunakan SPSS 20.0, hasil penelitian menunjukkan bahwa sikap berpengaruh pada perilaku berorientasi lingkungan baik pada responden dosen, karyawan maupun mahasiswa. Hipotesis kedua juga membuktikan bahwa *green leadership* memoderasi pengaruh sikap berorientasi lingkungan pada perilaku pro lingkungan baik responden dosen, karyawan maupun mahasiswa. Penelitian ini diharapkan akan memberikan sumbangan esensial terkait hal-hal yang berpengaruh pada perilaku pro lingkungan di institusi perguruan tinggi khususnya *green leadership* dan memberikan sumbangan informasi atau masukan-masukan bagi kebijakan-kebijakan yang dapat berpengaruh pada perilaku pro lingkungan

**Kata kunci:** *green campus*, *green leadership*, pro lingkungan, sivitas akademika

### ABSTRACT

*The purpose of this study was to look at the importance of contextual factors in this regard that leadership has an effect on pro environmental behavior in the workplace as well as to gain a better understanding of these factors that may have an effect on the relationship between pro-environmental attitudes and behavior in the organizational context. This study will look at how leadership and environment-oriented strengthening the influence of attitudes on pro environmental behavior that have been studied in the previous year. The sample in this study were 311 respondents consisting of 101 lecturers, 104 employees (staff), and 106 students at Sebelas Maret University Surakarta. Using the primary data using questionnaires, and processed using SPSS 20.0, the results showed that attitudes influenced the environment-oriented behavior of both lecturer respondents, employees and students. The second hypothesis also proves that green leadership moderate the influence of environment-oriented attitude on the pro environmental behavior of lecturer respondents, employees and students. This research is expected to contribute essentially related to the things that affect the pro environmental behavior in higher education institutions, especially green leadership and to contribute information or inputs to the policies that can affect the behavior of pro-environment*

**keywords:** *green campus*, *green leadership*, pro environment, civitas academica

# ANALISIS LIKUIDITAS, SOLVABILITAS DAN AKTIVITAS PERUSAHAAN TERHADAP PROFITABILITAS PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR

Asri Nur Wahyuni dan Suryakusuma K.H.  
asri.nur.wahyuni@gmail.com  
Program Studi Manajemen, STIE Bank BPD Jateng

## ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh likuiditas, solvabilitas dan aktivitas perusahaan terhadap profitabilitas perusahaan. Analisis rasio keuangan dilakukan pada perusahaan *gopublics* sektor manufaktur pada tahun 2012-2016. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling*. Penggunaan uji regresi linear berganda dengan seluruh uji asumsi klasik berupa uji multikolinearitas, uji autokorelasi, uji heteroskedastisitas dan uji normalitas menunjukkan hasil bahwa model regresi layak untuk digunakan dan lolos untuk seluruh uji asumsi klasik. Dengan menggunakan uji signifikansi parsial (uji t) menunjukkan hasil likuiditas, solvabilitas dan aktivitas perusahaan secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap profitabilitas perusahaan dan hasil uji signifikansi simultan (uji F) menunjukkan hasil secara bersama seluruh variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap profitabilitas perusahaan.

**Kata kunci:** *current ratio*, DER, TATo dan ROA

## ABSTRACT

*The purpose of this research to determine the effect of liquidity, solvency and corporate activity on corporate profitability. Financial ratio analysis performed on gopublics company of manufacturing sector in 2012-2016. Sampling is done by purposive sampling method. The use of multiple linear regression test with all classical assumption test such as multicollinearity test, autocorrelation test, heteroscedasticity test and normality test showed that the regression model is feasible to use and pass for all classical assumption test. Using the partial significance test (t test) shows the results of liquidity, solvency and corporate activity partially significant effect on corporate profitability and simultaneous significance test results (F test) shows the results together with all independent variables significantly influence the profitability of the company.*

**keywords:** *current ratio*, DER, TATo dan ROA

## PERANAN LURAH DALAM PERENCANAAN WILAYAH DI KOTA BINJAI PROVINSI SUMATERA UTARA

Abdi Sugiarto, Marlon Sihombing, Sirojuzilam, dan Endang Sulistya Rini

Email : mimoabdi2@gmail.com

Sekolah Pasca Sarjana Program Doktor Perencanaan Wilayah Universitas Sumatera Utara  
(SPs.S3.PW.USU)

### Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis peran apa saja yang diterapkan oleh seorang Lurah serta menganalisis bagaimana implementasi peranan Lurah dalam perencanaan wilayah di Kota Binjai Propvinsi Sumatera Utara. Di dalam Peraturan Pemerintah Nomor 73 Tahun 2005 tentang Kelurahan tepatnya pada pasal 4 dijelaskan bahwa Lurah mempunyai tugas penyelenggaraan urusan pemerintahan, pembangunan dan kemasyarakatan. Adapun jenis penelitian ini adalah deskriptif (*descriptive research*), yakni penelitian terhadap fenomena atau populasi tertentu yang diperoleh oleh peneliti dari subjek individu, organisasional, industri atau perspektif yang lain. Dari hasil penelitian, bahwa dalam melaksanakan peran pemerintahan yang berkaitan dengan perencanaan wilayah, pada umumnya Lurah yang ada di Kota Binjai belum bersungguh-sungguh . Salah satu contoh hasil Musrenbang tidak terdokumentasi dengan baik. Begitu juga dengan peranan Lurah dalam bidang pembangunan di setiap Kelurahan juga belum maksimal. Karena Lurah-Lurah yang ada di Kota Binjai tidak memiliki inisiatif dalam mengembangkan dan membangun wilayahnya masing-masing sesuai dengan hasil Musrenbang Kelurahan. Selanjutnya peranan kemasyarakatan juga belum terlaksana dengan baik, Pada umumnya para Lurah kurang bersosialisasi dengan masyarakatnya, sehingga program kegiatan fisik maupun non fisik yang telah direncanakan tidak berjalan sesuai dengan yang telah disepakati dalam implementasinya

**Kata Kunci :** Peranan Lurah, Perencanaan Wilayah

### ABSTRACT

*The purpose of this study is to analyze the role of what is applied by a Lurah and analyze how the implementation of the role of the Village Head in the planning of the region in the city of Binjai Propvinsi North Sumatra. In Government Regulation No. 73/2005 on Kelurahan precisely in article 4 it is explained that the Village Head has the task of organizing government affairs, development and society. The type of this research is descriptive (descriptive research), ie research on a particular phenomenon or population obtained by researchers from individual subjects, organizational, industry or other perspectives. From the results of the research, that in carrying out the role of government related to the planning of the region, in general, the village head in Binjai City has not been serious. One example of the Musrenbang result is not well documented. Likewise with the role of village chiefs in the field of development in each Kelurahan also not maximal. Because the Lurah-Lurah in Binjai City has no initiative in developing and developing their respective territories in accordance with the results Musrenbang Kelurahan. Furthermore, the role of society has also not been well implemented, In general, the Lurah is less socialize with the community, so that the program of physical and non physical activities that have been planned not run as agreed in the implementation.*

**keywords:** Role of Village Head, Regional Planning.

**ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN, ORIENTASI PASAR, DAN STRATEGI BISNIS  
TERHADAP KINERJA BISNIS  
(Studi kasus pada UMKM di Semarang)**

**Rahmi Yuliana dan Yanti Pujiastuti**  
Rahmiyulia1978@gmail.com  
STIE Bank BPD Jateng

**ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh orientasi kewirausahaan, orientasi pasar dan strategi bisnis terhadap kinerja bisnis. Penelitian dilakukan terhadap UMKM yang terdaftar di Dinas Koperasi Kota Semarang terdiri dari usaha tas, batik dan kerajinan. Pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dan didapatkan 51 sampel. Data yang telah terkumpul melalui kuesioner dianalisis dengan teknik regresi. Hasil pengujian mendapatkan nilai signifikansi kurang dari 0,05 (orientasi kewirausahaan = 0,000, orientasi pasar = 0,000, strategi bisnis = 0,029). Koefisien determinasi sebesar 92,4% dengan signifikansi untuk F kurang dari 0,05 ( $\rho$  value = 0,00). Kesimpulan yang didapat yaitu orientasi kewirausahaan, orientasi pasar serta strategi bisnis berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis. Peningkatan orientasi kewirausahaan, orientasi pasar serta strategi bisnis dapat dilakukan untuk meningkatkan kinerja bisnis.

**Kata kunci:** orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, strategi bisnis dan kinerja bisnis

**ABSTRACT**

*The purpose of this research is to examine the effect of entrepreneurship orientation, market orientation and business strategy on business performance. The study was conducted on MSMEs registered in the Office of Cooperatives of Semarang City consisting of bags, batik and handicraft business. Sampling using purposive sampling and got 51 samples. The data collected through the questionnaire were analyzed by regression technique. Test results get significance value less than 0.05 (entrepreneurial orientation = 0,000, market orientation = 0,000, business strategy = 0.029). The coefficient of determination is 92.4% with significance for F less than 0.05 ( $\rho$  value = 0.00). The conclusion is that entrepreneurship orientation, market orientation and business strategy have positive and significant impact to business performance. Increased entrepreneurial orientation, market orientation and business strategy can be done to improve business performance.*

**keywords:** *entrepreneurship orientation, market orientation, business strategy and business performance*

**PENGARUH *INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION* TERHADAP  
KEPUASAN NASABAH YANG DIMEDIASI OLEH CITRA BANK SUMSEL BABEL**

**Muji Gunarto, Abdullah Rasjid, dan Rico Nugraha Putra**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Darma

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Palembang

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sriwijaya

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh komunikasi pemasaran terpadu (*IMC*) terhadap Citra Perusahaan dan dampaknya terhadap Kepuasan Nasabah. Penelitian dilakukan dengan membagikan kuesioner kepada 100 nasabah Bank Sumsel Babel. Penelitian ini menggunakan *Structural Equation Modeling* (*SEM*) dengan program *Lisrel* untuk menganalisa data. Hasil penelitian menunjukkan komunikasi pemasaran terpadu pada Bank Sumsel Babel berpengaruh positif dan signifikan terhadap Citra Perusahaan. Citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Sumsel Babel. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa Komunikasi pemasaran terpadu pada Bank Sumsel Babel tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah Bank Sumsel Babel.

**Kata Kunci :** Komunikasi Pemasaran Terpadu, Citra Perusahaan, Kepuasan Nasabah

**ABSTRACT**

*The aim of this research is to determine the influence of Integrated Marketing Communications to Corporate Image and their impact on customer satisfaction. This research was conducted by distributing questionnaires to 100 of Bank Sumsel Babel's customers. This Research is using Structural Equation Modeling (SEM) with LISREL program to analyze the data. The results indicate that integrated marketing communications at Bank Sumsel Babel significantly positive influence Corporate Image and also Corporate image have positive and significant effect on customer satisfaction in Bank Sumsel Babel. The results also indicate that integrated marketing communications has no significant effect to Customer Satisfaction in Bank Sumsel Babel.*

**keywords :** *Integrated Marketing Communication, Corporate Image, Customer Satisfaction*

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, CITRA MEREK, KUALITAS LAYANAN TERHADAP  
KEPUASAN PELANGGAN DAN DAMPAKNYA PADA LOYALITAS PELANGGAN  
(Studi Empiris Pada *De Vintage Barbershop Semarang*)**

**Alimuddin Rizal Riva'i, Indah Suryani, R.A.Marlien, dan Endang Tjahjaningsih**

rizalalimuddin@yahoo.co.id  
Indahsuryani333@gmail.com  
raymarlien@yahoo.co.id  
e.cahyaningsih@gmail.com  
Universitas Stikubank Semarang

***ABSTRACT***

*The purpose of this study was to analysis the effect of perceived price, brand image, service quality to customer satisfaction and the impact to customer loyalty of De Vintage Barbershop Semarang's customers. The population in this study were consumers who made for minimal twice purchase of treatment at De Vintage Barbershop Semarang. The number of samples studied were as many as 108 people were selected as respondents used purposive sampling technique. Data collection methods used in this study was questionnaire filled out by respondents. The analysis used in this study was multiple linear regression. Data processing using SPSS Version 21th. The results of this study showed that perceived price has positive effect on customer satisfaction. Brand image does not affect customer satisfaction. Service quality has positive effect on customer satisfaction. Perceived price does not effect on customer loyalty. Brand image has affect of customer loyalty. Service quality has positive effect on customer loyalty. Customer satisfaction has positive effect on customer loyalty.*

**keywords:** *Perceived Price, Brand Image, Service Quality, Customer Satisfaction, And Customer Loyalty.*



## ANALISIS PENGARUH *PUSH FACTOR* DAN *PULL FACTOR* TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG KE PULAU PASUMPAHAN

Verinita, Rimo Dewantara  
verinitaarsya@gmail.com  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Andalas

### ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh *push factor* dan *pull factor* terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Pulau Pasumpahan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *pull factor* mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan secara signifikan. Hal ini bermakna bahwa semakin ditingkatkan aksesibilitas, fasilitas, transportasi, pemandangan alam, atraksi yang menarik serta sarana rekreasi yang lengkap maka akan meningkatkan keputusan berkunjung wisatawan ke Pulau Pasumpahan. Variabel *push factor* menunjukkan pengaruh yang tidak signifikan. Hal ini disebabkan karena faktor dorongan internal individu seperti motivasi bukan menjadi pertimbangan penting yang mempengaruhi keputusan wisatawan untuk berkunjung ke Pulau Pasumpahan. Aspek fasilitas dan atraksi yang dimiliki di destinasi wisata menjadi pertimbangan penting untuk berkunjung ke Pulau Pasumpahan. Penelitian ini menggunakan pendekatan manajemen pemasaran. Jenis penelitian adalah penelitian eksploratif. Metode penelitian yang digunakan adalah menggunakan kuesioner terhadap 100 wisatawan domestik yang berkunjung ke Pulau Pasumpahan. Teknik pengambilan sampel adalah *Purposive Sampling* dengan cakupan waktu bersifat *cross sectional*. Pengolahan data penelitian dengan menggunakan SPSS.

**Kata kunci:** *push factor*, *pull factor*, keputusan berkunjung, wisatawan domestik

### ABSTRACT

*The purpose of this research is to know the influence of push factor and pull factor to the decision of visiting tourists in Pulau Pasumpahan. The result of the research shows that variable of pull factor influences the visiting decision of tourists significantly. This means that the increased accessibility, facilities, transportation, natural scenery, interesting attractions and the complete recreation will increase the decision of tourists visiting Pasumpahan Island. But for the variable push factor showed insignificant influence. This is because the internal motivation factor of individuals such as motivation is not an important consideration that affects the decision of tourists to visit Pasumpahan Island. But the aspects of facilities and attractions that are owned in tourist destinations become an important consideration to visit Pasumpahan Island. This research uses marketing management approach. The type of research is explorative research. The research method used is a questionnaire of 100 domestic tourists visiting Pasumpahan Island. Sampling technique is Purposive Sampling with time scope is cross sectional. Data processing research using SPSS.*

**keywords:** *push factor*, *pull factor*, visiting decisions, domestic tourists

## **PENGARUH KECERDASAN EMOSIONAL, KEPEMIMPINAN PELAYAN (*SERVANT LEADERSHIP*) DAN KEPUASAN KERJA TERHADAP KINERJA PADA DOSEN**

**Eldes Willy Filatrovi , Rudi Suryo Kristanto dan Ahyar Yuniawan**

eldeswilly@gmail.com

ahyar\_yuniawan@yahoo.com

STIE BANK BPD JATENG

Fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas Diponegoro

### **ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh kecerdasan emosional dan kepemimpinan pelayan terhadap kepuasan kerja dalam mempengaruhi kinerja. Penelitian ini dilakukan di STIE di Semarang, responden yang digunakan sebanyak 130 dosen yang ada di STIE AKA, STIE SEMARANG dan STIE TOTALWIN. Data diolah dengan menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan bantuan program *Analysis of Moment Structure (AMOS) versi 18.0*. Berdasarkan hasil analisis disimpulkan kecerdasan emosional tidak berpengaruh terhadap kinerja terbukti melalui pengujian yang menghasilkan nilai CR = 0,016. Kecerdasan emosional tidak berpengaruh kepuasan kerja terbukti melalui pengujian yang menghasilkan nilai CR = 1,512. Kepemimpinan pelayan berpengaruh positif terhadap kinerja terbukti melalui pengujian yang menghasilkan nilai CR = 2,554. Kepemimpinan pelayan berpengaruh terhadap kepuasan kerja terbukti melalui pengujian yang menghasilkan nilai CR = 2,690 serta kepuasan kerja berpengaruh terhadap kinerja yang menghasilkan CR = 2,346

**Kata Kunci** : Kecerdasan Emosional, Kepemimpinan Pelayanan, Kepuasan Kerja, Kinerja

### **ABSTRACT**

*The purpose of this research is to investigate the effects of emotional intelligences and servant leadership on employee satisfaction and work performance. The study was conducted at lecturer on STIE in Semarang, the sample size is about 130 lecturer who work in STIE AKA, STIE SEMARANG and STIE TOTALWIN . Data is processed using the Structural Equation Modelling (SEM) which assisted by application program of Analysis of Moment Structure (AMOS) version 18.0. According to the analysis, it is concluded as the followings: emotional intelligences has a not effect on work performance (CR =0,016); emotional intelligences has a not effect on employee satisfaction (CR = 1,512); servant leadership has a positive effect on work performances (CR = 2,554); servant leadership has a positive effect on employee satisfaction (CR = 2,690) and employee satisfaction has a positive effect on work performances(CR =2,346)*

**keywords** : *Emotional Intelligences, Servant Leadership, Employee Satisfaction, Work Performances*

**FAKTOR DETERMINASI STRUKTUR MODAL DAN NILAI PERUSAHAAN  
(studi kasus industri manufaktur BEI 2013-2015)**

**Herry Subagyo dan Ana Kadarningsih**

Subagyo.herry@dsn.dinus.ac.id

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Dian Nuswantoro

**ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji faktor-faktor yang menentukan struktur modal dan nilai perusahaan. Obyek penelitian ini adalah industri manufaktur yang terdaftar di bursa efek indonesia tahun 2013-2015. sample yang digunakan berjumlah 102 diperoleh dari *indonesia capital market directory* 2016. Analisis data menggunakan *ordinary least square*. Temuan penting dari penelitian ini adalah profitabilitas berpengaruh positif terhadap struktur modal, likwiditas berpengaruh negatif terhadap hutang. Penelitian ini juga menemukan hubungan terbalik antara profitabilitas dengan nilai perusahaan.

**Kata Kunci** : Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Likuiditas, Struktur Modal dan Nilai Perusahaan

**ABSTRACT**

*The purpose of this study is to examine the factors determine the capital structure and firm value. The object of this research is manufacturing industry listed in Indonesia stock exchange year 2013-2015. sample used in this study 102 was obtained from the indonesia capital market directory 2016. important finding of this research is profitability positive effect to capital structure, likwiditas negative effect to debt. The study also found inverse relationship between profitability and firm value.*

**keywords:** *Keywords: Firm Size, Profitability, Liquidity, Capital Structure and Firm Value*

# **PENGARUH ROA, EPS DAN PER TERHADAP HARGA SAHAM PADA PERUSAHAAN SUB SEKTOR PERBANKAN DI BURSA EFEK INDONESIA**

**Kukuh Hadi Prayogo, Etty Puji Lestari, dan Zainur Hidayah**

ettypl@ecampus.ut.ac.id

Fakultas Ekonomi, Universitas Terbuka

## **ABSTRAK**

*Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Return On Assets (ROA), Earning Per Share (EPS) dan Price To Earning Ratio (PER) terhadap harga saham pada perusahaan sub sektor perbankan di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2016 baik secara simultan maupun secara parsial. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Explanatory Research yang menjelaskan hubungan kausal antara variabel satu dengan variabel lain dengan pendekatan hipotesis dan kuantitatif. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi data panel. Hasil penelitian menemukan adanya kinerja keseluruhan dari harga ROA, EPS dan PER. Variabel EPS memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap harga saham. Sementara PER memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap harga saham.*

**Kata kunci:** *Return On Assets , Earning Per Share, Price To Earning Ratio, Stock Price, Panel Data Regression*

## **ABSTRACT**

*This study aims to analyze the influence of Return On Assets (ROA), Earning Per Share (EPS) and Price To Earning Ratio (PER) to stock prices in the banking sub-sector companies in Indonesia Stock Exchange period 2012-2016 either simultaneously or partially. The type of research used in this study is Explanatory Research which explains the causal relationship between variables one with other variables with hypothesis and quantitative approach. Data analysis technique used in this research is Panel Data Regression Analyst. The results of the study found that overall during the period of study showed that the financial performance consisting of ROA, EPS and PER together have a significant effect on stock prices. Partially at the time of the research show that ROA influence is negative and not significant to stock price, while the variable of EPS have positive and significant effect to stock price. Meanwhile PER has positive but not significant effect on stock price.*

**keywords:** *Return On Assets , Earning Per Share, Price To Earning Ratio, Stock Price, regresi data panel*

**PENGARUH KETERLIBATAN KERJA DAN KEPUASAN KERJA TERHADAP  
TURNOVER INTENTION KARYAWAN  
(STUDI KASUS PADA PT. SCTV)**

**Lia Amalia dan Agus Ramadani**  
lia.amalia@esaunggul.ac.id , agusramadani1404@gmail.com  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Esaunggul

**ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini adalah memberi penjelasan tentang pengaruh keterlibatan kerja dan kepuasan kerja terhadap *turnover intention*. Untuk mendapatkan kepuasan kerja karyawan, perusahaan harus memfasilitasi dan memberikan kenyamanan serta mampu memberikan peluang karir yang lebih terhadap kemampuan yang dimiliki karyawannya. Metode analisis data yang digunakan adalah metode SEM (*Structural Equation Modeling*) sampel yang diambil adalah karyawan tetap PT.SCTV. Pengumpulan data dengan kuesioner dari data yang sesuai dengan kriteria sehingga pada akhirnya terdapat 150 responden karyawan tetap yang digunakan sebagai sampel penelitian. Hasil pengujian menunjukkan bahwa keterlibatan kerja memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *turnover intention* dan kepuasan kerja. Sementara itu kepuasan kerja karyawan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *turnover intention*. Kesimpulan dari penelitian ini adalah semakin besar keterlibatan kerja karyawan terhadap pekerjaannya maka semakin rendah *turnover intention* dan semakin besar kepuasan kerja yang dimiliki karyawan.

**Kata kunci:** Keterlibatan Kerja, Kepuasan Kerja, *Turn Over Intention*

**ABSTRACT**

*The purpose of this research to involvement toward their jobs and company should be rewarded with the feeling of satisfaction from the employees themselves. Furthermore, to acquire the sufficient portion of job involvement from its employees, the company should put its trust to the employees. Hence, to grant the employees with the job satisfaction, the company should facilitates and provides comfortability and oppurtunity of career development to accommodate the ability of its employees. This study is a descriptive quantitative study. The method of analysis used to SEM (Structural Equation Modeling) with employee of PT. SCTV as the sample. The data was collected using questionnaire, from the data meeting the criteria 150 with employee of PT. SCTV as respondents were obtained as the sample of research. Result of analysis, it can be found that job involvement affects significantly the turnover intention and job satisfaction. In the other hand, Job satisfaction was not affects significantly to turnover intention. The conclusion is the deepeer an job involvement in his or her job the number turnover intention will decrease and the number job satisfaction will increase.*

**keywords:** *Job Involvement, Job Satisfaction, Turn Over Intention, career development*

**CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN  
DAN DAMPAKNYA PADA LOYALITAS PELANGGAN**

**Euis Soliha, Sophiyanto Wuryan, Suzy Widiasari, dan Erra Noviana**

E-mail: soliha.euis@gmail.com

Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang

***ABSTRACT***

*This study aims to analyze the influence of brand image, product quality to customer satisfaction and customer loyalty. The number of samples of this study were 100 respondents. Sampling technique that will be used in this research is by using purposive sampling method, that is sampling based on certain criteria. The criteria specified in this sampling are consumers who have made purchases at least twice. The results of analysis can be concluded that: there is a positive and significant impact of brand image on customer satisfaction, there is a positive and significant impact of product quality on customer satisfaction, and there is a positive and significant impact of customer satisfaction on customer loyalty.*

***keywords*** : brand image, product quality, customer satisfaction, customer loyalty.

**PENGARUH STRUKTUR MODAL, PROFITABILITAS, UKURAN PERUSAHAAN DAN  
KEBIJAKAN DIVIDEN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN  
(Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia  
Periode 2012-2015)**

**Silmi Kaffah dan Bambang Sudiyatno**

E-mail: Silmikaffah840@gmail.com

E-mail: bofysatriasmara@yahoo.com

Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang

**ABSTRAK**

Penelitian ini menguji pengaruh struktur modal, profitabilitas, ukuran perusahaan, dan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini dilakukan di Bursa Efek Indonesia dengan menggunakan unit analisis perusahaan manufaktur yang sudah *go public*. Metode pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan periode penelitian tahun 2012 sampai dengan 2015. Hubungan dan atau pengaruh antar variabel dijelaskan dengan menggunakan metode analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa struktur modal, profitabilitas, dan ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan kebijakan deividen tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

**Kata Kunci :** Struktur Modal, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Kebijakan Dividen, dan Nilai Perusahaan.

**ABSTRACT**

*This study examines the effect of capital structure, profitability, firm size, and dividend policy on firm value. This research is conducted at Indonesia Stock Exchange by using a go public manufacturing company as the unit of analysis. Sampling method used purposive sampling with the observation period from 2012 to 2015. Relationship and (or) influence between variables is explained by using method of multiple regression analysis. The results showed that the capital structure, profitability, and firm size have a positive effect and significant on firm value. While the de-dividend policy has no significant effect on firm value.*

**keywords :** Capital Structure, Profitability, Firm Size, Dividend Policy, and Firm Value.

**PENGARUH PERTUMBUHAN, STRUKTUR MODAL DAN CORPORATE SOCIAL  
RESPONSIBILITY TERHADAP EARNING RESPONSE COEFFICIENT**  
(Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)

**Titiek Suwarti, Ceacilia Srimindarti, dan Ema Widiastuti**  
Email : suwarti.titiek@gmail.com  
Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Stikubank Semarang

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh pertumbuhan, struktur modal dan corporate social responsibility terhadap earning response coefficient pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2013-2015. Teknik sampling yang digunakan adalah purposive. Dengan teknik sampling tersebut diperoleh sampel sebanyak 144 data observasi. Teknik analisis yang digunakan Analisis Regresi Data Panel melalui perbandingan teknik estimasi *Fixed Effect Model (FEM)* dengan *Random Effect Model (REM)*. Hasil penelitian menunjukkan pertumbuhan berpengaruh positif terhadap *earning response coefficient*, struktur modal berpengaruh negatif terhadap *earning response coefficient* dan *corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap *earning response coefficient*

**Kata Kunci** : Pertumbuhan, Struktur Modal, *Corporate Social Responsibility* dan *earning response coefficient*

**ABSTRACT**

*This study aims to analyze the effect of growth, capital structure and corporate social responsibility towards earning response coefficient on manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange. The population in this study is a manufacturing company listed on the Indonesia Stock Exchange from 2013-2015. The sampling technique used is purposive. With the sampling technique, we get 144 samples of observation data. Analysis technique used Regression Analysis of Panel Data through comparison of Fixed Effect Model (FEM) with Random Effect Model (REM). The result of the research shows that the growth has positive effect on earning response coefficient, the negative capital structure toward earning response coefficient and corporate social responsibility does not affect the earning response coefficient*

**keywords:** *Growth, capital structure, corporate social responsibility and earning response coefficient*



**PENGARUH PROPORSI DEWAN KOMISARIS INDEPENDEN, KOMITE AUDIT,  
UKURAN PERUSAHAAN DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN  
(Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia  
Tahun 2013-2015)**

**Eko Mujiyanto dan Sunarto**

Email : ekomujiyanto3@gmail.com, sunarto\_pps@yahoo.co.id  
Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Stikubank Semarang

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti dan menganalisis pengaruh proporsi dewan komisaris independen, komite audit, ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Populasi penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama tahun 2013-2015 yang melaporkan laporan keuangan lengkap dan dipublikasikan pada *Indonesian Capital Market Directory*. Sampel yang masuk dalam kriteria penelitian ini sebanyak 208 perusahaan dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variable proporsi dewan komisaris independen dan komite audit tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan ukuran perusahaan dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

**Kata kunci :** Nilai Perusahaan, proporsi dewan komisaris independen, komite audit, ukuran perusahaan dan profitabilitas.

**ABSTRACT**

*This study aims to examined and analyzed the effect of proportion of independent commissioner's board, audit committee, firm size and profitability to firm value on manufacturing companies listed in the Indonesia Stock Exchange. The population of this research is manufacturing companies listed in the Indonesia Stock Exchange (IDX) during the years 2013-2015 that reported complete annual report and published in Indonesian Capital Market Directory. Samples are included in the criteria of this study were 187 companies using purposive sampling method. This research data analysis methods using the multiple linear regression. The results showed that proportion of independent commissioner's board and Audit Committee has no significant on firm value. Whereas firm size and profitability has positive significant effect on firm value.*

**keywords:** *Firm value, proportion of independent commissioner's board, audit committee, firm size and profitability.*

## PERAN BELANJA MODAL SEBAGAI VARIABEL INTERVENING DALAM PERTUMBUHAN EKONOMI DI PROPINSI BALI, NTB DAN NTT

Gregorius N. Masdjojo dan Alif Nuriyawan

e-mail: gregymasdjojo@gmail.com

e-mail: alifnuriyawan82@gmail.com

Program Pascasarjana Universitas Stikubank Semarang

### ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh Belanja Modal sebagai variabel *intervening* terhadap Pertumbuhan Ekonomi Daerah. Obyek penelitian ini adalah Kabupaten/Kota di Provinsi Bali, NTT dan NTB pada Periode 2012-2013. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi data panel dengan teknik estimasi *Fixed Effect Model* (FEM) dan *Random Effect Model* (REM). Pemilihan model terbaik berdasarkan hasil uji Hausman. Hasil uji Hausman merekomendasikan estimasi menggunakan teknik REM. Hasil penelitian ini menemukan bahwa Pendapatan Asli Daerah (PAD), Dana Alokasi Umum (DAU) dan Dana Alokasi Khusus (DAK) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Belanja Modal. Belanja Modal ternyata tidak berpengaruh terhadap Pertumbuhan Ekonomi Daerah di Propinsi Bali, NTB dan NTB pada periode 2012-2013.

**Kata Kunci :** Pendapatan Asli Daerah (PAD), Dana Alokasi Umum (DAU), Dana Alokasi Khusus (DAK), Belanja Modal dan Pertumbuhan Ekonomi Daerah

### ABSTRACT

*The purpose of this study is to analyze the effect of Capital Expenditure as an intervening variable on Regional Economic Growth. The object of this research is the Regency / City in Bali, NTT and NTB Province in 2012-2013 Period. Data analysis method used is panel data regression analysis with Fixed Effect Model (FEM) and Random Effect Model (REM) estimation technique. Selection of best model based on Hausman test result. The Hausman test results recommend estimation using REM technique. The results of this study found that the Local Original Income, General Allocation Fund and Special Allocation Fund have a positive and significant impact on Capital Expenditure. Later it was also found that Capital Expenditures did not affect the Regional Economic Growth in the Provinces of Bali, NTB and NTB in the period 2012-2013.*

**keywords:** *Local Original Income, General Allocation Fund, Special Allocation Fund, Capital Expenditure and Regional Economic Growth*

**KOMPETENSI MANAJERIAL AKAN MENINGKATKAN  
ORGANIZATIONAL CITIZENSHIP BEHAVIOR**

**Sih Darmi Astuti dan Kusni Insih**  
Email: [sih.darmi.astuti@dsn.dinus.ac.id](mailto:sih.darmi.astuti@dsn.dinus.ac.id)  
[kusni.ingsih@dsn.dinus.ac.id](mailto:kusni.ingsih@dsn.dinus.ac.id)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Dian Nuswantoro Semarang

**ABSTRACT**

*The purpose of this study was to examine the effect of organizational justice and employee competence on organizational citizenship behavior mediated by job satisfaction and organizational commitment. The population in this study are employee of PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk Branch Office Kudus. All 115 employees were respondents in this study. The analytical tool used is multiple linear regression by using SPSS ver.16. Validity test using factor analysis and reliability test using alpha cronbach. All indicators are valid and reliable. The study found that organizational citizenship behavior can be achieved in two ways: (1) the strongest factors that increase OCB are competence, especially managerial competence, (2) other factors that increase OCB are organizational justice, especially interactional justice.*

**keywords:** *organizational justice, competence, organizational commitment, job satisfaction, organizational citizenship behavior (OCB)*

**ADOPSI INTERNET PARA WIRAUSAHA PEREMPUAN  
UNTUK MENINGKATKAN KINERJA PEMASARAN  
(Studi Kasus Batik Tulis Pewarna Alami Kebon Indah Klaten)**

**Karis Widiatmoko , Yohan Wismantoro, dan Vincent Didiek Wiet Aryanto**

kariswidyatmoko@gmail.com

Universtas Dian Nuswantoro Semarang

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran adopsi berbasis internet di kalangan pengusaha wanita untuk meningkatkan kinerja pemasaran mereka. Studi sebelumnya di negara-negara berkembang mengungkapkan bahwa adopsi TIK (Teknologi Informasi dan Komunikasi) memainkan peran penting untuk mempromosikan pengusaha UKM (Usaha Kecil dan Menengah) untuk mengurangi kemiskinan. Penelitian juga mengkaji apakah adopsi ICT berbasis internet di antara kelompok UKM pewarna alami Batik berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran. Model UKM (Usaha Kecil dan Menengah) di usulkan dan disusun dengan adopsi ICT berbasis internet terdiri dari keuntungan relatif, kompleksitas, kemampuan mengamati, kompatibilitas dan keamanan. Sementara kinerja pemasaran terdiri dari pertumbuhan penjualan, pertumbuhan pangsa pasar, retensi pelanggan dan keuntungan pemasaran. Perangkat lunak Persamaan Struktural (SEM) versi 23 digunakan untuk menjustifikasi pentingnya model. Sampel ditarik secara purposif di antara cluster Batik Kebon Indah Klaten. Kriteria untuk menarik sampel adalah mereka yang menjalankan bisnis mereka minimal 5 tahun, dan responden harus wirausahawan perempuan. Sampel sebanyak 180 responden digunakan untuk memenuhi analisis kebutuhan SEM. Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengetahuan *e-marketing* UKM dan kewirausahaan perempuan di Indonesia.

**Kata Kunci :** Adopsi IT, Wirausaha Perempuan, Kinerja Pemasaran, Batik Pewarna alami.

**ABSTRACT**

*This study aims at investigating the role of internet based adoption among female entrepreneurs to enhance their marketing performance. Previous studies in emerging countries reveal that the ICT adoption plays a significant role to promote SME (Small and Medium Enterprise) entrepreneurs to alleviate their protracted poverty. This study will focus to study whether the internet based ICT adoption among Batik natural dyes cluster has significant impact on marketing performance. A model of SMEs (Small and Medium Enterprises) will be composed, internet based ICT adoption comprises relative advantage, complexity, observe ability, compatibility and security. While marketing performance comprises sales growth, market share growth, customer retention and marketing profit. Software of Structural Equation Modeling (SEM) version 23 was utilized to justify the significance of the model. The sample will be withdrawn purposively among the Batik cluster of Kebon Indah Klaten. The criteria for withdrawing the sample are those who run their business at least 5 years, and the respondents must be female entrepreneurs. Sample of 180 respondents will be used to comply with the SEM requirement analysis. This study contributes to the body of knowledge e-marketing of SMEs and female entrepreneurship in rural area.*

**keywords :** IT Adoption; Female Entrepreneur; Marketing Performance; Batik Natural Dyes

## **DAMPAK WEBROOMING DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN *BRANDED CLOTHING* (STUDI PADA MASYARAKAT DOMISILI KOTA SALATIGA)**

**Meilani Kartikasari dan Eristia Lidia Paramita**

meilani.kartikasari@yahoo.com, eristia.paramita@staff.uksw.edu  
Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Kristen Satya Wacana

### **ABSTRAK**

Pengguna internet di Indonesia mengalami peningkatan. Masyarakat menggunakan internet juga untuk mencari informasi mengenai produk dan jasa. Proses pencarian informasi secara *online* merupakan tahapan dari perilaku *webrooming*. *Webrooming* merupakan perilaku konsumen yang melakukan pencarian informasi tentang produk secara *online* dan melakukan keputusan pembelian secara *offline*. Penelitian ini merupakan modifikasi dari penelitian Thangavel dan Prakash di Bangalore, India dan penelitian Asmara di Salatiga, Indonesia. Tujuan dari penelitian ini menggambarkan dampak *webrooming* dalam keputusan pembelian *branded clothing* oleh masyarakat Salatiga. Responden dalam penelitian ini sebanyak 188 masyarakat kota Salatiga. Data diperoleh melalui kuesioner. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan analisis *mean*. Hasil penelitian ini menunjukkan *webrooming* memiliki dampak positif dalam keputusan pembelian *branded clothing*. Pandangan dalam pembelian secara *offline* dirasa lebih memberikan perasaan menikmati waktu, perasaan nyaman, serta perasaan percaya atas kualitas dari *branded clothing*. Pencarian informasi melalui internet dapat pula mengurangi keraguan atas kurangnya informasi di toko.

**Kata Kunci:** *webrooming*, keputusan pembelian, *branded clothing*, dampak *webrooming*

### **ABSTRACT**

*Internet users in Indonesia has increased. People also use internet for searching information about product or services. The process of searching online information is a stage of webrooming. Webrooming is a consumers behavior that shopper searching online information about product and making offline purchase decision. This study is a modification of Thangavel dan Prakash's study in Bangalore, India and Asmara's study in Salatiga, Indonesia. The purpose of this study is describe webrooming's impact on branded clothing purchase decision by people in Salatiga. There were 188 people in this study. The data was obtained by online questionnaire. This study used descriptive analysis. The result of this study showed that webrooming has positive impact on branded clothing purchase decision. Customers have three positively feeling when buying offline: relax, comfortable, and the quality of branded clothing. While getting information through internet people can reduce hesitansy of lack information in store.*

**keywords:** *webrooming*, purchase decision, *branded clothing*, *webrooming's impact*

**PORTOFOLIO CROSS – ASSET CLASS EMAS DAN SAHAM DI INDONESIA :  
SUATU TINJAUAN STRATEGI HEDGING**

**Mesakh Prihanto Surya Putra, Arpiani Dorkas Rambu Atahau,  
dan Robiyanto Robiyanto**

Email : 212014031@student.uksw.edu

Email : apriani@staff.uksw.edu

Email : robiyanto@staff.uksw.edu

Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Kristen Satya Wacana, Salatiga, Indonesia

**ABSTRAK**

Penelitian ini meninjau efektifitas *hedging* dengan menggunakan instrumen *futures* pada komoditas emas sebagai aset *hedge* terhadap saham di Indonesia yang diwakili oleh indeks sektoral dan indeks harga saham gabungan (IHSG). Dengan menggunakan DCC-GARCH (*Dynamic Conditional Correlation – Generalized Autoregressive Conditional Heteroscedasticity*) yang dapat mengakomodasi korelasi antara emas dan saham secara dinamis, penelitian ini menemukan bahwa gejolak di pasar modal dapat menyebabkan terjadinya korelasi negatif antara emas dengan saham di Indonesia selama kurang lebih 40 hari *trading* dan menunjukkan bahwa emas dapat menjadi aset *safe haven* bagi saham di Indonesia. Selain itu penelitian ini juga menemukan bahwa emas dapat secara efektif menjadi aset *hedge* bagi saham di Indonesia sehingga portofolio yang dilindungi nilainya akan dapat meningkatkan *risk adjusted performance* dari portofolio tersebut.

**Kata Kunci** : Portofolio Cross - Asset Class, DCC-GARCH, Hedging Effectiveness, Risk Adjusted Return.

**ABSTRACT**

*This Study observes the effectiveness of hedging by using the gold commodity futures instrument as a hedge asset towards Indonesian stock which is represented by Indonesia sectoral index and Indonesia stock exchange (IDX) index. By using DCC-GARCH (Dynamic Conditional Correlation – Generalized Autoregressive Conditional Heteroscedasticity) which can dynamically accommodate the correlation between gold and the stock, this study found that turmoil in the capital market can cause the negative correlation between gold and stock in Indonesia for approximately 40 trading days and it shows that gold could become a safe haven asset towards stock in Indonesia. Other than that this study found that gold can effectively become a hedge asset for the stock in Indonesia so that the hedged portfolio could increase the risk adjusted performance of the portfolio of investment.*

**keywords:** Cross - Asset Class Portfolio, DCC-GARCH, Hedging Effectiveness, Risk Adjusted Return

# DIVIDEN, INVESMENT OPPORTUNITY SET, LEVERAGE DAN NILAI PERUSAHAAN PADA INDUSTRI MANUFACTUR DI INDONESIA

**Eka Handriani**

ekahandriani@gmail.com

<sup>1</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universtas Darul Ulum Islamic Centre Sudirman  
Kabupaten Semarang, Jawa Tengah, Indonesia

## ABSTRAK

Studi ini menguji dampak Dividen, *Investment Opportunity Set*, *Leverage to Firm Value*. Menggunakan informasi perusahaan publik di Indonesia periode 2009 - 2016 dengan sampel 178 laporan keuangan perusahaan manufaktur. Penelitian ini bertujuan untuk menguji faktor penentu utama nilai perusahaan manufaktur di Indonesia berdasarkan teori dasar struktur modal dengan membangun model teoritis. Berdasarkan hasil pengolahan data Kebijakan Dividen, Keputusan Penanaman Modal, Pendanaan, dan Nilai Perusahaan di Sektor Industri Industri Indonesia Pengujian empiris terhadap penelitian ini berpengaruh positif terhadap Dividen, Set Peluang Investasi, *Leverage* terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini mendukung teori *pecking order* dan *agency theory*.

**Kata kunci:** Dividen, set kesempatan investasi, *Pecking Order*, Nilai Perusahaan

## ABSTRACT

*This study examines the impact of Dividend, Investment Opportunity Set, leverage to Firm Value. Using public company information in Indonesia period 2009 - 2016 with a sample of 178 financial statements of manufacturing companies. This study aims to examine the main determinants of the value of manufacturing companies in Indonesia based on the basic theory of capital structure through building theoretical model. Based on the results of data processing Dividend Policy, Investment Decision, Funding, and Firm Value in the Industrial Manufacture Sector of Indonesia Empirical testing of this research efect positive influence Dividend, Investment Opportunity Set, Leverage to the value of the company. The results of this study support the theory of pecking order and agency theory.*

**keywords:** Dividends, Investment opportunity set, Pecking Order, Firm Value

# **PERILAKU INVESTOR PADA PEMBENTUKAN HARGA SAHAM DENGAN ANALISA TRANSAKSIONAL**

**Rohmini Indah Lestari dan Kesi Widjajanti**

rindahles@gmail.com

Fakultas Ekonomi, Universitas Semarang

## **ABSTRAK**

Dalam artikel ini akan dijelaskan bagaimana harga suatu saham akan terbentuk. Harga saham yang terjadi dalam suatu sistem pasar atau bursa efek akan ditentukan oleh kekuatan permintaan dan penawaran. Fakta menunjukkan bahwa pasar tidak pernah kuat membentuk efisien market. Salah satu yang mempengaruhi adalah faktor informasi yang asimetris pada proses pembentukan harga, sehingga menimbulkan perbedaan perilaku investor saat menentukan harga. Untuk menentukan seberapa wajar harga dibentuk oleh pasar, analisis transaksi berupaya untuk memperkirakan harga saham dengan mengamati perubahan trading volume dan frekuensi perdagangan yang terjadi.

**Kata kunci** : perilaku investor, analisa transaksional, pembentukan harga

## **ABSTRACT**

*In this article will explain how the price of a stock will be formed. The stock price that occurs in a market system or stock exchange will be determined by the strength of demand and supply. But the facts show that the market is never strong enough to establish an efficient market. One of the influences is the asymmetric information factor on the price formation process, causing differences in investor behavior when determining the price. To determine how reasonably the price is formed by the market, transaction analysis attempts to estimate stock prices by observing changes in trading volume and trading frequency occurring.*

**keywords** : investor behavior; transactional analysis; and price formation



## **CRITICAL MANAGEMENT STUDIES: TINJAUAN TEORI DAN KONTRIBUSI**

**Uswatun Chasanah dan M.Mathori**  
Dosen STIE Widya Wiwaha Yogyakarta

### **ABSTRACT**

*Critical Management Studies (CMS) offers a variety of alternative general management theories and radically alters management practices, social, ecological conceptions and criticizes individual and general manager failures, social injustice, economic system damage, management and organizations. Management as an academic subject undergoes a metamorphosis of rational, technical, exploratory activity related to politics, values, morals and ethics. A variety of alternative management theories are put forward in the CMS with the goal of radically changing management practices, social and ecological sustainability in management and organizations. Besides, CMS equips students to continuously develop self critical analysis with the aim of instilling critical ability to continuously question how and why of the legitimacy of traditional management values and social assumptions. CMS freely reflects and reflects the rightness and goodness of better management practices, values, norms, beliefs, responsibilities, rights and obligations that allow individuals to cooperate and run organizations fairly.*

**keywords :** *CMS, Critical thinking, Kritik dalam CMS*

**PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, LIKUIDITAS, PROFITABILITAS, *LEVERAGE*,  
UKURAN DEWAN KOMISARIS DAN KEPEMILIKAN INSTITUSIONAL TERHADAP  
PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*  
(Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar  
di Bursa Efek Indonesia pada Tahun 2013-2015)**

**Dina Restuti Dewi, Batara Daniel Bagana, dan Maryono**  
batara@edu.unisbank.ac.id  
Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang

**ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh Ukuran Perusahaan, Likuiditas, Profitabilitas, *Leverage*, Ukuran Dewan Komisaris dan Kepemilikan Kelembagaan terhadap Keterbukaan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan terhadap Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan variabel independennya adalah ukuran perusahaan, likuiditas, profitabilitas, *leverage*, kepemilikan dewan dan kepemilikan institusional. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2013-2015. Sebanyak 239 sampel dipenuhi sebagai kriteria penelitian ini. Penelitian ini menggunakan metode purposive sampling. Teknik pengujian data adalah dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel yang memiliki pengaruh positif signifikan adalah likuiditas, ukuran dewan dan kepemilikan institusional, sedangkan ukuran perusahaan, variabel profitabilitas dan leverage berpengaruh positif tidak signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Indonesia. Bursa Efek di tahun 2013 -2015.

**Kata kunci:** Ukuran Perusahaan, Likuiditas, Profitabilitas, *Leverage*, Ukuran Dewan Komisaris, Kepemilikan Kelembagaan dan Keterbukaan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

**ABSTRACT**

*The purpose of this study is to examine the effect of Company Size, Liquidity, Profitability, Leverage, Size of Board of Commissioners and Institutional Ownership to Disclosure of Corporate Social Responsibility to Manufacturing Companies listed on Indonesia Stock Exchange. The dependent variable in this study is the disclosure of Corporate Social Responsibility and the independent variables are company size, liquidity, profitability, leverage, boardsize and institutional ownership. The population in this study are all Manufacturing Companies listed in Indonesia Stock Exchange in 2013-2015. A total of 239 samples were met as criteria of this study. This research uses purposive sampling method. The technique of data testing is by using multiple linear regression analysis. The result of the analysis shows that the variables that have significant positive influence are liquidity, board size and institutional ownership, while firm size, profitability and leverage variable has a positive effect is insignificant affect the disclosure of Corporate Social Responsibility in Manufacturing company listed in Indonesia Stock Exchange in 2013 -2015.*

**keywords:** Firm Size, Liquidity, Profitability, Leverage, size of Board of Commissioner, and institutional ownership and Corporate Social Responsibility Disclosure

# STRATEGI PENGEMBANGAN TENAGA KERJA LOKAL DI DAERAH KABUPATEN PEMEKARAN PADA 7 SEKTOR USAHA

**Fitriaty**

Fitriaty.fy27@gmail.com

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jambi

## ABSTRAK

Latar belakang penelitian ini yaitu melihat bahwa konsumsi rumah tangga yang cukup tinggi serta investasi yang kuat merupakan faktor penting yang mendukung kinerja perekonomian Indonesia. Tingkat pertumbuhan ini diikuti dengan hasil solid yang diperoleh pasar tenaga kerja, serta perluasan pekerjaan dan perbaikan kondisi kerja. Di Kabupaten Sarolangun yang merupakan Kabupaten pemekaran yang memiliki sumberdaya alam yang potensial menjadi tujuan bagi para investor, hal ini ditandai dengan banyak tumbuh jumlah perusahaan baik badan usaha milik negara (BUMN), BUMD, maupun perusahaan milik pribadi dan perusahaan milik asing. Pertumbuhan jumlah perusahaan akan semestinya berdampak pada peningkatan pendapatan Kabupaten Sarolangun. Karena pertumbuhan perusahaan akan menyerap tenaga kerja. Namun perjalanan perkembangan perusahaan menuju pertumbuhan saat ini masih mengalami kendala, karena sebahagian perusahaan masih belum mengarah pada peningkatan kapasitas dan kemampuan perusahaan. Hal ini disebabkan masih rendahnya kualitas tenaga kerja, sehingga memberi dampak pada tingkat capaian produksi. Tujuan dari penelitian ini adalah : Memberikan gambaran tentang perkembangan Badan Usaha Swasta , BUMN dan BUMD serta tenaga kerja lokal yang di pekerjakan dalam sektor ini, menyusun kebijakan , strategi dan pelaksanaan program pembangunan ketenagakerjaan melalui pengembangan tenaga kerja lokal. Metode yang di gunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian survey dengan deskriptis verivikatif. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa pertumbuhan usaha swasta, BUMn dan BUMD cukup baik namun tidak diikuti dengan penyerapan tenaga kerja lokal, strategi yang di menjadi saran bagi pemerintah yaitu melakukan strategi agresif agar tenaga kerja lokal dapat di kembangkan penyerapannya.

**Kata Kunci** : strategi, tenaga kerja lokal

## ABSTRACT

*The purpose of this research is to see that high household consumption and strong investment are important factors that support the performance of the Indonesian economy. This growth rate is followed by a solid outcome obtained by the labor market, as well as expansion of work and improved working conditions. In Sarolangun regency, which is an expansionary regency that has potential natural resources to be a destination for investors, this is marked by a growing number of companies, both state-owned enterprises (BUMN), BUMDs, and private-owned companies and foreign-owned companies. The rapid growth of the number of companies will have an impact on the increase in revenue of Sarolangun Regency. Because the growth of the company will absorb labor. But the development of the company's journey to growth is still experiencing difficulties, because some of companies still have not lead to increased capacity and ability of the company. This is due to the still low quality of labor, thus providing a effect on the level of production achievement. The objectives of this research are: To provide an overview of the development of Private Enterprise, BUMN and BUMD and local manpower employed in this sector, to formulate policies, strategies and implementation of employment development program through the development of local manpower. The method used in this research is survey research method with descriptive verivikatif. The results of this study reveal that the growth of private enterprises, BUMN and BUMD is quite good but not followed by the absorption of local workforce, the strategy in the advice for the government is to do aggressive strategy for local labor can be developed.*

**keywords**: strategy, local man power

# PENGARUH *ABSENTEEISM* DAN *JOB ATTITUDE* TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA PERUSAHAAN *LEASING* DI KOTA PADANG

Hendra Lukito dan M. Kurnia Utama

hendralukito71@gmail.com

Fakultas Ekonomi, Universitas Andalas Padang

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *absenteeism* dan *job attitude* terhadap kinerja karyawan pada perusahaan *leasing* di Kota Padang. *Absenteeism* adalah kemangkiran karyawan dari pekerjaan yang seharusnya menjadi tanggung jawab, sedangkan *job attitude* dapat diukur melalui kepuasan kerja dan komitmen organisasi. Populasi pada penelitian ini adalah keseluruhan karyawan yang bekerja pada salah satu perusahaan *leasing* yang beroperasi di Kota Padang, Sumatera Barat dimana pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan metode sampling jenuh (*sensus*). Pengumpulan data dalam penelitian dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden yang berjumlah 43 orang. Pengolahan dan analisis data menggunakan *software* statistik yaitu: SPSS versi 22.0. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *absenteeism* tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan. Kepuasan kerja yang menjadi bagian *job attitude* berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan sedangkan komitmen organisasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja.

**Kata Kunci:** *Absenteeism*, *Job Attitude*, Kinerja

## ABSTRACT

*This study aims to determine the effect of absenteeism and job attitude towards employee performance at leasing company in Padang, West Sumatra. Absenteeism is the absence of employees from work that should be the responsibility, while job attitude can be measured through job satisfaction and organizational commitment. The population in this research is the total employees working at leasing company, sampling using full sampling (census). Collecting data in the study conducted by distributing questionnaires to the respondents amounted to 43 people. Processing and analyzing data using SPSS 22.0. Results from this study showed that absenteeism no significant effect on employee performance. Job satisfaction to be part attitude job significant effect on employee performance and organizational commitment no significant effect on performance.*

**Keywords :** *Absenteeism, Job Attitude, Job Satisfaction, Organizational Commitment, Performance*

## REAKSI PASAR SEBAGAI KONSEKUENSI INFORMASI KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN

**Eka Bertuah**

eka.bertuah@esaunggul.ac.id  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Esa Unggul

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana reaksi pasar dalam berinvestasi terhadap Informasi Kinerja Keuangan Perusahaan di pasar modal. Penelitian ini melakukan dekomposisi sikap berperilaku menjadi karakteristik investor dalam menanggapi informasi kinerja keuangan perusahaan. Diawali dengan mengevaluasi faktor-faktor fundamental dalam laporan keuangan yang di duga menjadi indikator pembentuk reaksi pasar. Objek penelitian yang digunakan adalah data laporan keuangan perusahaan manufaktur selama tahun 2012-2016 yang listing di Bursa Efek Indonesia. Analisis data yang digunakan selanjutnya adalah *factor analysis* dan *multi discriminant analysis*. *Factor analysis* digunakan untuk mereduksi variabel fundamental perusahaan yang dapat memprediksi reaksi pasar. *Multi Discriminant Analysis* digunakan untuk membentuk model reaksi pasar terhadap informasi kinerja keuangan perusahaan. Agar dapat mencapai tujuan tersebut, maka akan dilakukan konstruksi Model Reaksi Pasar Dalam Berinvestasi Terhadap Informasi Kinerja Keuangan Perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Pertama*, informasi kinerja keuangan dapat memberikan kontribusi dalam mengubah *belief* dan investor *action*; *Kedua*, hasil pengujian menunjukkan bahwa informasi keuangan yang terdiri dari ROA dan FATA dapat membedakan reaksi positif dan reaksi negatif. Hasil penelitian memberikan dukungan pembuktian empiris terhadap Teori Signaling pada Bursa Efek Indonesia.

**Kata kunci** : reaksi pasar, investor, kandungan *informasi*, *kinerja keuangan*.

### ABSTRACT

*This study aims to see how market reaction in invest to information the financial performance of corporation in the capital market. This research do decomposition attitude to behave be investor character in response to information the financial performance of corporations. Begin with evaluate financial fundamental factors in expect to the common market reaction. Object research used is data from the financial reports of manufacturing company for years 2012-2016 which listing at Indonesian Stock Exchange. Analysis of data for the rest of the factor analysis and multi discriminant analysis. Factor analysis used to reduce variable the fundamentals that can predict market reaction. Multi dicriminant analysis used to form a market model reaction to information on the financial performance of corporations. To achieve the aim, it will be done construction model market reaction in invest to to information the financial performance of corporation. The research result show that the first, information financial performance give contibution in change belief and investors action. Second, the result of testing shows that financial information consisting of ROA anf FATA can to distinguish reaction positive and negative reaction. The result of the study to provide support empirical proff against the signaling theory on The Indonesia Stock Exchange.*

**keywords** : market reaction, investor, *informasi content*, *financial performance*.

**PERAN *PSYCHOLOGICAL CAPITAL* DAN *PERSON – ORGANIZATION FIT*  
TERHADAP KESIAPAN IGENERATIONS UNTUK BERUBAH**

**Christantius Dwiatmadja dan Yanuar Surya Putra**

christantius.dwiatmadja@staff.uksw

yanuar\_suryaputra@stieama.ac.id

Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi AMA Salatiga

**ABSTRACT**

*Organizational change is a major issue affecting all organizations in various industry and government sectors, it can be said that change has become the norm for organizations to maintain the existence and success of the organization. The purpose of this study This study will examine the effect of psychological capital and Person - Organization Fit on individual readiness to change at college graduates in Salatiga who belong to iGeneration group. Generation Z or iGeneration, is a new generation starting their career, so the behavior of this generation in the world of work has not begun to get attention, expectations expected from employees of the Z generation are different from generation Y and generation X. This study uses college graduates in Salatiga as sample, and sampling method used is purposive sampling. The research instrument used is a questionnaire that was first tested with validity and reliability test. The number of samples used is 170 people. Data analysis was done by Multiple Regression Analysis with equation path analysis. After the validity and reliability test of the research instrument, the profile of the respondents can be summarized as follows: number of male respondents (63%), age between 21-22 years (74%), duration 1 - 10 months (85%). The results of this study can be summarized as follows: (1) The two variables Psychological Capital and Person - Fit Fit have a positive and significant impact on the desire igenerations to change. (2) Effect of Psychological Capital (31.4%) on the readiness of igenerations to change more high than the influence of Person - Organizations Fit (28.3%). Organizational and managerial support such as effective communication on change, training, coaching and counseling can be regarded as initiatives that can increase individual readiness to change. Employee involvement in the change management process is also believed to enhance meaning and self-confidence and thereby increase individual readiness to change.*

**keywords:** *Psychological Capital, Person – Organization Fit, Readiness to Change, iGenerations*

**PENERAPAN *RISK-BASED BANK RATING* DALAM MENGUKUR TINGKAT  
KESEHATAN KOPERASI JASA KEUANGAN SYARIAH WANITA  
DI JAWA TENGAH**

**Astiwi Indriani dan Shoimatul Fitria**

Departemen Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro  
Jl. Prof. Soedharto SH Tembalang, Semarang

**ABSTRAK**

Koperasi merupakan institusi yang penting dalam pengembangan perekonomian Indonesia. Koperasi menjadi elemen penting dalam peningkatan perekonomian untuk memfasilitasi pembiayaan atau kredit bagi Usaha Menengah Kecil dan Mikro (UMKM) yang *feasible* tetapi tidak *bankable*. Beberapa tahun belakangan ini banyak sekali Koperasi yang ternyata justru malah merugikan nasabahnya, karena kurangnya perhatian pengurus dan pengelola terhadap tingkat kesehatan Koperasi. Penelitian ini merupakan penelitian mengenai penerapan pendekatan *risk profile*, *good corporate governance*, *earnings* dan *capital* yang digunakan untuk mengukur tingkat kesehatan di perbankan kemudian diadopsi untuk mengukur tingkat kesehatan Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) Wanita di Jawa Tengah. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Koperasi Jasa Keuangan Syariah Wanita di Jawa Tengah pada tahun 2012-2014. Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan 5 KJKS Wanita sebagai sampel. Data diperoleh melalui sekunder berupa Laporan RAT dan laporan keuangan tahunan KJKS. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif. Hasil analisis menunjukkan bahwa KJKS Wanita di Jawa Tengah memiliki peringkat komposit 3 (PK-3) yang berarti masing-masing KJKS Wanita di Jawa Tengah memiliki kondisi cukup sehat dan cukup mampu menghadapi pengaruh negatif dari perubahan kondisi bisnis dan faktor eksternal lainnya.

**Kata Kunci** : KJKS, *risk profile*, *Good Corporate Governance*, *Earnings*, *Capital*, Tingkat Kesehatan Koperasi

# IMPLEMENTASI MODEL KOLABORASI PENGELOLAAN OBYEK WISATA ALAM BERBASIS *ECOLOGICAL TOURISM*

Giyah Yuliari dan Bambang Riyadi

giyah-yuliari@untag.ac.id

bambang-riyadi@untag.ac.id

Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 (UNTAG) Semarang

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk memperoleh model kolaborasi pengelolaan obyek wisata alam berbasis *ecological tourism*. Role Model yang digunakan adalah obyek wisata Curugsewu yang terletak di Kecamatan Patean Desa Curugsewu Kabupaten Kendal. Obyek wisata ini belum menjadi destinasi wisata alam. Kendala yang utama adalah tidak adanya kesepahaman, kesepakatan dan kebersamaan antar *stakeholders* dalam pengelola obyek wisata tersebut. *Stakeholders* obyek wisata Curugsewu meliputi Instansi Pemerintah, Lembaga Pendidikan, . Investor, Petugas Keamanan, Perum Perhutani, Lembaga Masysrakat Desa Hutan (LMDS) dan Masyarakat Desa. Melalui Pengelolaan secara kolaboratif diharapkan dapat diwujudkan kesepahaman, kesepakatan dan kebersamaan mengelolala obyek wisata tersebut. Data yang dibutuhkan data primer yang berasal dari informan dan data sekunder bersumber dari kajian dokumen terkait. Pengambilam sampel secara *purposeful sampling*, dilakukan dengan memilih sampel sesuai dengan tujuan penelitian. Teknik analisis dilakukan secara deskriptif sistematis dengan tahapan reduksi data, menyajikan data dan menyimpulkan.

**Kata Kunci:** Kolaborasi, Ekowisata, Masyarakat.

## ABSTRACT

*The purpose of this research is to obtain collaborative model of ecological tourism based tourism management. Role Model used is Curugsewu tourism object located in District Patean Curugsewu Village, Regency of Kendal. This tourist attraction has not become a natural tourist destination. The main obstacle is the absence of understanding, agreement and togetherness among stakeholders in managing the tourism object. Stakeholders Curugsewu tourism object includes Government Institutions, Educational Institutions,. Investors, Security Officers, Perum Perhutani, Village Forest Community Institutions (LMDS) and Village Communities. Through Collaborative Management is expected to be realized mutual understanding, agreement and togetherness to manage the tourism object. Data required primary data derived from informants and secondary data sourced from the study of related documents. Sampling by purposive sampling, done by selecting the sample in accordance with the purpose of the study. The analysis technique is done descriptively systematic with data reduction step, present data and conclude..*

**keywords:** Collaboration, ecological tourism, Society.



# **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN *ONLINE* DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP MINAT KONSUMEN PADA SITUS-SITUS TOKO *ONLINE***

**Heru Tri Sutiono**

heruts@upnyk.ac.id

Fakultas Ekonomi & Bisnis

Universtas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta

## **ABSTRAK**

Intervensi internet dalam bisnis pertokoan menjadikan instanisasi proses pembelian konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan *online* dan *word of mouth* terhadap minat konsumen pada situs-situs toko *online*. Populasi penelitian infinit. Sampel penelitian diperoleh sebanyak 114 responden dengan metode *non-probability sampling*, dengan pendekatan *purpose sampling*. Alat analisis menggunakan pendekatan analisis deskriptif (mean & distribusi frekuensi), analisis kuantitatif (regresi linear berganda). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan *online* dan *word of mouth* terbukti signifikan berpengaruh positif secara bersama-sama terhadap minat konsumen.

**Kata kunci:** kualitas pelayanan *online* , *word of mouth*, minat konsumen, dan toko *online*.

## **ABSTRACT**

*Internet intervention in the shopping business makes the consumer purchase process instantaneous. This study aims to determine the effect of online service quality and word of mouth on the consumer intention on the sites of online stores. Infinite research population. The sample of the research was obtained 114 respondents with non-probability sampling method, with purposive sampling approach. The analytical tool uses a descriptive analysis approach (mean & frequency distribution), quantitative analysis (multiple linear regression). The results showed that the quality of online services and word of mouth proved to have a significant positive effect together on the consumer intention.*

**keywords:** *online service quality, word of mouth, consumer intention, and online store.*

**PERAN KEPUASAN KERJA DALAM MEMEDIASI PENGARUH RELIGIUSITAS  
TERHADAP *ORGANIZATIONAL CITIZENSHIP BEHAVIOR* (OCB)**

**Yuni Siswanti dan Agus Haryadi**

yuni\_sis2@yahoo.co.id

Fakultas Ekonomi dan Bisnis - Manajemen –UPN “Veteran” Yogyakarta

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh religiusitas terhadap *organizational citizenship behavior*/perilaku kewargaan organisasi (OCB), dan menguji peran kepuasan kerja dalam memediasi pengaruh religiusitas terhadap OCB. Responden dalam riset ini adalah guru-guru dan staf administrasi di wilayah Kecamatan Berbah, Kabupaten Sleman, Yogyakarta, dari 7 SMU/SMK di Berbah. Metode pengambilan sampel dengan acak sederhana. Dari sejumlah 116 kuesioner yang dibagikan, 100 kembali dan diisi lengkap. Hasil uji hipotesis diperoleh: (1) religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap OCB (H1 ditolak); (2) kepuasan kerja memediasi pengaruh religiusitas terhadap OCB (H2 didukung). Hasil studi ini bermanfaat dalam memberi rekomendasi bagi penelitian lanjutan, khususnya berkenaan dengan pengaruh religiusitas terhadap OCB.

**Kata kunci** : *religiousitas (religiosity) organizational citizenship behavior (OCB),kepuasan kerja (job satisfaction)*

**PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT (PKM) :  
PELATIHAN PENGGUNAAN APLIKASI *MICROSOFT WORD*  
DALAM MENUNJANG KEGIATAN ADMINISTRASI DESA**

**Bambang triputranto, Supono, dan Virdiandry Putratama**

***ABSTRACT***

*The village is an area occupied by a number of people as the unity of the community including community unit which has the lowest administration organization directly under the Head and the right to conduct his own household in the bonds of the Republic of Indonesia (NKRI). Currently there are many devices villages still do not understand the use and functions of Microsoft Word application program to the needs of the administration of the village. On the other hand, at this time every village had to get the facility of computer equipment to meet the needs of the service to the public to be more effective and efficient. In order to meet the objectives more effectively and efficiently, it takes skill mastery applications commonly used to serve the community is that one of them is Microsoft Word. In reality there are many who do not understand and know how to use Microsoft Word. Therefore, to improve the skills of the village in using Microsoft Word, then made use of the skills training Microsoft Word application.*

***keywords:*** Cihanjuang Rahayu Village, Microsoft Word

**KEMAMPUAN RASIO FINANSIAL DIDALAM MEMPENGARUHI DAN  
MEMPREDIKSI *FINANCIAL DISTRESS* (KESULITAN KEUANGAN) PERUSAHAAN  
PERBANKAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA**

**Teguh Parmono Hadi, Sri Sudarsi, dan Achmad Badjuri**

Teguhparmono\_hadi@gmail.com, srisudarsi@yahoo.com, badjuria@yahoo.co.id  
Fakultas Ekonomikadan Bisnis, Universitas Stikubank

***ABSTRACT***

*The purpose of this study is to examine the financial ratios in influencing and predicting Financial Distress in banking companies listed on the Indonesia Stock Exchange. The study was conducted in banking companies in Indonesia, from bank rating reports issued by Infobank magazine, Indonesian Capital Market Directory (ICMD) and BI, as well as some other literature materials from books, journals, magazines and internet related to the research topic, data processing using Logistic Regression. The result of the research shows the comparison of the average value of the non-liquidated bank group with the liquidated bank in each of the NPL, LDR, and BOPO variables, indicating the average value of the group of banks is not Financial Distress bigger than the Financial Distress bank group, NPL, LDR, and BOPO, then the possibility of banks experiencing a greater Financial Distress. The financial ratios used in this study indicate that NIM, CAR, and ROA have a significant influence on the factors affecting the Financial Distress bank.*

***keywords:*** *Financial Distress, NPL, LDR, BOPO, NIM, CAR, and ROA*

**PENGARUH PENERAPAN *FRAUD PENTAGON THEORY* TERHADAP *FINANCIAL STATEMENT FRAUD* PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR  
DI INDONESIA 2013-2015**

**Alfa Vivianita dan Febrina Nafasati**  
Jurusan Akuntansi Universitas Semarang  
Jl. Soekarno-Hatta, Tlogosari, Semarang

***ABSTRACT***

*The rise of fraud cases, such as financial statement fraud many done by companies either banking or non banking companies. ACFE (2016) stated that fraud cases in Indonesia in 2016 ranked second in Asia Pacific with 42 cases. This case increased 23 cases in the beginning in 2014 only 19 cases. Manufacturing companies also increased, which originally ranked 3 in 2014, now in 2016 to rank 1 case of fraud in Asia Pacific. The case of fraud financial statements is also one of the most frequent cases of fraud. This study uses agency theory, because of the information asymmetry that occurs. An example of a manager's information asymmetry does not disclose all information held to the owner and its stakeholders. Ignorance of stakeholders and owners of the company make managers perform financial statement fraud so that the condition and performance of the company tetep looks good. This research also uses pentagon theory because fraud is not only seen from the side of pressure, opportunity, and rationalization, but also capability and arrogance. The sample in this study used all manufacturing companies listed in Indonesia Stock Exchange (BEI), observation year 2013-2015. Sampling using purposive sampling method. Hypothesis test in this research using logistic regression. Statistical tool used is IBM SPSS 20. The results showed that the leverage, ROA, Independent Commissioner, Substitution of Directors, Auditor Substitution, Auditor Quality, and Frequent Number Of CEO's Peightures have no effect on Financial Statement Fraud. Negelker Test Results R Square value of 5.6%, while 94.4% described other variables.*

***keywords:*** *Leverage, ROA, Independent Board of Commissioners, Auditor Quality, change of company auditor, change of company directors, and frequent number of CEO's picture*

**PENGARUH TINGKAT KESEHATAN DENGAN MODEL RGEC,  
DAN TINGKAT EFISIENSI TERHADAP KINERJA BANK**

**Jacobus Widiatmoko, MG. Kentris Indarti, dan Uky Megawati**

jacobuswidiatmoko@yahoo.com

Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Sikubank (UNISBANK) Semarang

**ABSTRAK**

Penelitian ini menguji pengaruh risk profile yang terdiri atas risiko kredit dan risiko likuiditas, good corporate governance (GCG), earning, capital, dan tingkat efisiensi terhadap profitabilitas. Masing-masing variabel tersebut diproksi dengan Non Performing Loan (NPL), Loan to Deposit Ratio (LDR), nilai komposit GCG, Net interest Margin (NIM), Capital Adequacy Ratio (CAR dan Rasio Biaya Operasional terhadap Pendapatan Operasional (BOPO)). Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2011-2015. Sebanyak 142 data diperoleh dengan menggunakan teknik pengambilan sampel purposive sampling. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Sesuai dengan yang dihipotesiskan, penelitian menunjukkan bahwa NIM berpengaruh positif signifikan dan BOPO berpengaruh negative signifikan terhadap profitabilitas. Sementara itu NPL, LDR, nilai komposit GCG dan CAR tidak berpengaruh terhadap profitabilitas.

**Kata kunci:** *Profitabilitas, NPL, LDR, komposit GCG, CAR, dan BOPO*

**ABSTRACT**

*This research examines the effect of risk profile consisting of credit risk and liquidity risk, good corporate governance (GCG), earnings, capital, and efficiency level to profitability. Each of these variables is proxied by Non Performing Loan (NPL), Loan to Deposit Ratio (LDR), GCG composite value, Net Interest Margin (NIM), Capital Adequacy Ratio (CAR) and Operating Cost Ratio to Operating Income (BOPO) . The population in this study is a banking company listed on the Indonesia Stock Exchange in 2011-2015. A total of 142 data were obtained by using purposive sampling technique. Data analysis technique used is multiple linear regression. In accordance with the hypothesized, the research shows that NIM has a significant positive effect and BOPO has a significant negative effect on profitability. Meanwhile, NPL, LDR, GCG composite value and CAR have no effect on profitability.*

**key words:** *Profitabilitas, NPL, LDR, komposit GCG, CAR, dan BOPO*

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP  
KEPUASAN PELANGGAN SERTA DAMPAKNYA TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN**

**Endang Tjahjaningsih dan Fendy**  
E-mail: e.cahyaningsih@gmail.com  
Universitas Stikubank, Semarang

***ABSTRACT***

*The purpose of research is to analyze and prove the influence of brand image to customer satisfaction, to analyze and prove the influence of product quality to customer satisfaction, to analyze and prove the influence of brand image to customer loyalty, to analyze and prove the influence of product quality to customer loyalty , to analyze and prove the influence of satisfaction on customer loyalty, to analyze and prove the influence of brand image to loyalty with mediation of customer satisfaction and to analyze and prove the influence of product quality to loyalty with mediation of customer satisfaction. Samples used in this research are 100 respondents, sampling technique using simple random sampling. The results of this study include : The first hypothesis is accepted, meaning that the brand image has a positive and significant impact on customer. The second hypothesis is accepted, it means that product quality has positive and significant effect to customer satisfaction. The third hypothesis is accepted, meaning that the brand image has a positive and significant impact on customer loyalty. The fourth hypothesis is accepted, meaning that product quality has a positive and significant effect on customer loyalty. The fifth hypothesis accepted, meaning satisfaction positively and significantly affect customer loyalty. The results of the mediation test show the brand image have a positive and significant effect on loyalty directly more effective when compared with customer satisfaction. Product quality has a positive and significant effect on direct loyalty more effective when compared with customer satisfaction.*

***keywords:*** brand image, product quality, customer satisfaction and loyalty

**MODEL KEPUASAN PELANGGAN BERDASARKAN NILAI PELANGGAN  
(Studi Pada Pelanggan Bandeng Elrina Semarang)**

**R.A. Marlien, Euis Soliha, dan Erra Noviana**

E-mail: marliennasehat@gmail.com

soliha.euis@gmail.com

erranovi8@gmail.com

Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang

***ABSTRACT***

*The purpose of this study was to examine the effect of product quality and price perception to customer value and customer satisfaction. The data collection method used in this study questionnaires is 100 respondents. Sampling technique that will be used in this research is by using purposive sampling method, that is sampling based on certain criteria. The criteria specified in this sampling are consumers who have made purchases at least twice. The results of analysis can be concluded that: there is a positive and significant impact of product quality on customer satisfaction, and there is a positive and significant impact of price perception on customer satisfaction.*

***keywords:*** *product quality, price perception, customer value, customer satisfaction.*