

B1.5

ISSN: 2302-7770

B1.6



FORUM MANAJEMEN INDONESIA

PROSIDING SEMINAR NASIONAL & CALL FOR PAPER

FORUM MANAJEMEN INDONESIA (FMI) KE-4

Indonesia Family Business Sustainability

Hotel Inna Garuda, Yogyakarta 13 - 14 November 2012



**PROSIDING
SEMINAR NASIONAL
& *CALL FOR PAPER*
FORUM MANAJEMEN INDONESIA (FMI) KE-4**

“Indonesia Family Business Sustainability”

Hotel Inna Garuda 13 14 November 2012



Sekretariat Panitia Bersama Seminar Nasional & Call For Paper FMI Ke-4:
Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi - Universitas Islam Indonesia
Jl. Ringroad Utara, Condongcatur Depok Sleman
Yogyakarta 55283
Office phone: (0274) 881546 ext. 0 (Sekretaris)
Email: manajemen.fe@uii.ac.id

DAFTAR REVIEWER

Tri Gunarsih, Dr, MM	Universitas Teknologi Yogyakarta
A. Jatmiko. W.S.E, MSF	Universitas Atmajaya
Fandy Tjiptono, M.Comm, PhD.	Universitas Atmajaya
Budi Suprpto, MBA, PhD.	Universitas Atmajaya
D Wahyu Ariani, Dr, MT.	Universitas Atmajaya
Didit Krisnadewara, MM.	Universitas Atmajaya
Erni Ekawati, Dr.	Universitas Kristen Duta Wacana
Singgih Santoso, MM, Dr.	Universitas Kristen Duta Wacana
Y. Supriyanto, Drs, MM.	STIE YKPN
Wisnu Prajogo, Dr. MBA.	STIE YKPN
Maria Pampa Kumalaningrum, SE, M.Si.	STIE YKPN
Dr. Zaenal Arifin, MSi.	Universitas Islam Indonesia
Anas Hidayat, MBA, PhD.	Universitas Islam Indonesia
Asma'i Ishak , MBUS, PhD.	Universitas Islam Indonesia
Arif Hartono, PhD.	Universitas Islam Indonesia
AchmadSobirin, MBA. Dr	Universitas Islam Indonesia
Zainal Mustafa, Dr.	Universitas Islam Indonesia
Bambang Susilo, Drs. MM.	STIM YKPN

SAMBUTAN KETUA ORGANIZING COMMITTEE

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sebuah hasil penelitian tidak akan mempunyai kontribusi yang berarti baik bagi ilmu pengetahuan maupun praktek- ketika tidak mampu dikomunikasikan ke publik secara efektif. Seminar dan Call For Paper yang diadakan setiap tahun oleh Forum Manajemen Indonesia merupakan wahana efektif yang bisa digunakan oleh para praktisi, akademisi, peneliti, serta pemerhati manajemen untuk saling bertukar informasi tentang perkembangan ilmu, praktek dan hasil penelitian di bidang manajemen secara interaktif dan komunikatif.

Proceeding ini merupakan kumpulan abstrak dari paper-paper yang dipresentasikan pada acara Seminar dan Call For Paper FMI ke-4 yang diadakan pada tanggal 13-14 November 2012 di Yogyakarta. Forum ini diselenggarakan oleh suatu konsorsium yang beranggotakan enam Prodi Manajemen dari Perguruan Tinggi di Yogyakarta dengan koordinator Prodi Manajemen Universitas Islam Indonesia (UII). Adapun lima anggota konsorsium ini terdiri dari Prodi Manajemen Universitas Katholik Atmajaya (UAJY), Universitas Kristen Duta Wacana (UKDW), Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yayasan Keluarga Pahlawan Negara (STIE YKPN), Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Yayasan Keluarga Pahlawan Negara (STIM YKPN), dan Universitas Teknologi Yogyakarta (UTY).

Kumpulan abstrak ini terdiri dari empat bidang kajian utama dalam ilmu Manajemen, yaitu Manajemen Keuangan, Manajemen Sumber Daya Manusia, Manajemen Pemasaran, dan Manajemen Operasional. Dilihat dari *level of analysis*-nya, ada studi pada tingkatan strategik, supervisi maupun fungsional. Bila menghendaki isi paper secara lengkap maka bisa dilihat di CD yang merupakan bagian dari seminar kit yang dibagikan kepada presenter dan peserta seminar/ call for paper.

Semoga proceeding ini mampu memberikan kontribusi bagi penguatan struktur Ilmu Manajemen sehingga bisa segera diakui sebagai bidang ilmu yang mandiri di Indonesia.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 13 November 2012

Arif Hartono, SE. MHRM. PhD.

DAFTAR INSTANSI PESERTA SEMINAR & CALL FOR PAPER FMI KE-4

NO	INSTANSI	LOKASI
1	BINUS University - School of Business Management	Jakarta
2	Institut Manajemen Telkom	Bandung-Jawa Barat
3	STAN BPPK/Kementerian Keuangan RI	Jakarta
4	STIE Bank BPD Jateng	Semarang-Jawa Tengah
5	STIE Ekuitas	Bandung-Jawa Barat
6	STIE Triatma Mulya	Kuta-Bali
7	STIE YKPN	Yogyakarta
8	STIM YKPN	Yogyakarta
9	Unisbank Semarang	Semarang-Jawa Tengah
10	Universitas Airlangga	Surabaya-Jawa Timur
11	Universitas Atmajaya Yogyakarta	Yogyakarta
12	Universitas Diponegoro	Semarang-Jawa Tengah
13	Universitas Esa Unggul	Jakarta
14	Universitas Gadjah Mada	Yogyakarta
15	Universitas Garut	Garut-Jawa Barat
16	Universitas Hasanuddin	Makassar-Sulawesi Selatan
17	Universitas Islam Indonesia	Yogyakarta
18	Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah	Jakarta
19	Universitas Islam Sultan Agung	Semarang-Jawa Tengah
20	Universitas Islam Sumatera Utara	Medan-Sumatera Utara
21	Universitas Jember	Jember-Jawa Timur
22	Universitas Jenderal Achmad Yani	Cimahi-Jawa Barat
23	Universitas Katolik Parahyangan	Bandung-Jawa Barat
24	Universitas Komputer Indonesia	Bandung-Jawa Barat
25	Universitas Kristen Duta Wacana	Yogyakarta
26	Universitas Kristen Maranatha	Bandung-Jawa Barat
27	Universitas Kristen Satya Wacana	Salatiga-Jawa Tengah
28	Universitas Mercu Buana Jakarta	Jakarta
29	Universitas Muhammadiyah Magelang	Magelang-Jawa Tengah
30	Universitas Muhammadiyah Malang	Malang-Jawa Timur
31	Universitas Negeri Jakarta	Jakarta
32	Universitas Negeri Semarang	Semarang-Jawa Tengah
33	Universitas Padjadjaran	Bandung-Jawa Barat
34	Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta	Yogyakarta
35	Universitas Pendidikan Indonesia	Bandung-Jawa Barat
36	Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa	Yogyakarta
37	Universitas Stikubank Semarang	Semarang-Jawa Tengah
38	Universitas Sumatera Utara	Medan-Sumatera Utara
39	Universitas Tanjungpura	Pontianak-Kalimantan Barat
40	Universitas Tarumanagara	Jakarta
41	Universitas Teknologi Yogyakarta	Yogyakarta
42	Universitas Widya Mataram	Yogyakarta
43	Universitas Widyatama	Bandung-Jawa Barat

RUNDOWN ACARA

Selasa, 13 November 2012

WAKTU	KEGIATAN	TEMPAT
08.00 - 08.30	Registrasi	
	Pembukaan: <ul style="list-style-type: none"> • Laporan Ketua Panitia • Sambutan Ketua FMI • Sambutan Rektor/Dekan UII dan Pembukaan 	
08.30 - 09.00	Seminar	
09.00 - 09.30	Coffee Break	
09.30 - 10.30	Keynote Speech: Prof. Brenda Scott-Ladd (School of Management, Curtin University)	Ruang Nakula Sadewa, Lt. 2, Hotel Inna Garuda, Yogyakarta
	Seminar Sesi I: <i>Family Business as a Pillar of Economic Growth</i> <ol style="list-style-type: none"> 1. Achmad Sobirin, MBA, Ph.D (Dosen UII) 2. H. Muhammad Yusuf Kalla (Pemilik Bisnis Keluarga)* 	
10.30 - 12.30		
12.30 - 13.30	ISHOMA	
	Seminar Sesi II: <i>Family Business Professionalism</i> <ol style="list-style-type: none"> 3. Ananda Sekarbumi (Dosen Bina Nusantara) 4. Santi L. Poesposoetjpto (Pemilik Bisnis Keluarga) 	
13.30 - 15.30		
15.30 - 16.00	Penutupan & Pengumuman	
	Gala Dinner: <ul style="list-style-type: none"> • Sambutan Ketua Prodi Manajemen FE UII • Hiburan/Atraksi • Makan Malam 	Ruang Borobudur, Lt. 1, Hotel Inna Garuda
19.00 - 22.00		

RUNDOWN ACARA

Rabu, 14 November 2012

WAKTU	KEGIATAN	TEMPAT
08.00 - 10.00	Paralel Session Track I:	Ruang:
	<ul style="list-style-type: none"> • Keuangan A • Keuangan B • Pemasaran A • Pemasaran B • Sumber Daya Manusia A • Sumber Daya Manusia B • Operasi 	<ul style="list-style-type: none"> • Brunei • Thailand • Indonesia • Singapore • Malaysia • Philippines • Arjuna
10.00 - 12.00	Paralel Session Track II:	Ruang:
	<ul style="list-style-type: none"> • Keuangan A • Keuangan B • Pemasaran A • Pemasaran B • Sumber Daya Manusia A • Sumber Daya Manusia B • Operasi 	<ul style="list-style-type: none"> • Brunei • Thailand • Indonesia • Singapore • Malaysia • Philippines • Arjuna
12.00 - 13.00	ISHOMA	
13.00 - 15.00	Paralel Session Track III:	Ruang:
	<ul style="list-style-type: none"> • Keuangan A • Keuangan B • Pemasaran A • Pemasaran B • Sumber Daya Manusia A • Sumber Daya Manusia B • Operasi 	<ul style="list-style-type: none"> • Brunei • Thailand • Indonesia • Singapore • Malaysia • Philippines • Arjuna
15.00 - 17.00	Paralel Session Track IV:	Ruang:
	<ul style="list-style-type: none"> • Keuangan A • Keuangan B • Pemasaran A • Pemasaran B • Pemasaran C • Sumber Daya Manusia A • Sumber Daya Manusia B 	<ul style="list-style-type: none"> • Brunei • Thailand • Indonesia • Singapore • Arjuna • Malaysia • Philippines
17.00 - 17.30	<ul style="list-style-type: none"> • Pengumuman Peserta Terbaik • Penutupan & Foto Bersama 	Ruang Nakula Sadewa

DAFTAR ISI

Sambutan Ketua Organizing Committee	iii
Daftar Perguruan Tinggi/Instansi Peserta	iv
Rundown Acara	v
Daftar Isi	vii
Daftar Abstrak	
ANALISIS KINERJA EFISIENSI BANK UMUM DI INDONESIA DENGAN PENDEKATAN METODE DATA ENVELOPMENT ANALYSIS.....	1
KONTRAK SEBAGAI PERWUJUDAN MANAJEMEN RISIKO DALAM BISNIS	2
KINERJA KEUANGAN PT. MUSTIKA RATU, TBK. DENGAN METODE ANALISIS TREND DAN ANALISIS PERSENTASE PER KOMPONEN (PERIODE 2007 - 2011)	3
KEBERLANJUTAN BISNIS KELUARGA DI BANDUNG.....	4
PERUSAHAAN KELUARGA DAN KEPUTUSAN UNTUK GO PUBLIC: KAJIAN TERHADAP IPO PERUSAHAAN KELUARGA DI INDONESIA	5
INTENSI INVESTOR DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN INVESTASI DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI).....	6
ELECTRIC WEB SERVICE INTERACTION AND INTERNET LITERATE-INFLUENCE STUDENTS BEHAVIOR INNOVATIVENESS IN PRIVATE UNIVERSITY.....	7
METODE PENDETEKSIAN PERILAKU MORALD HAZARD DALAM LAPORAN KEUANGAN	8
PREDIKSI PENGGUNAAN HASIL PENAWARAN SAHAM PERDANA DAN ANALISIS REGRESI LOGISTIK	9
EFEKTIFITAS KEBIJAKAN REINVESTASI DALAM MENINGKATKAN NILAI PERUSAHAAN	10
LEVERAGE KEUANGAN DAN KOMPENSASI MANAJEMEN PERUSAHAAN NONKEUANGAN DI BURSA EFEK INDONESIA 2006-2010	11
APAKAH MARKET TIMING THEORY SEBAGAI DASAR KEPUTUSAN STRUKTUR MODAL PADA SEKTOR MANUFAKTUR DI BEI?	12
ANALISIS STRATEGI BMT AL KARIIM	13
ANALISA LAPORAN KEUANGAN UNTUK MENGUKUR KINERJA KEUANGAN PADA KUD SARWA MUKTI PERIODE TAHUN 2006-2010	14
BALANCED SCORECARD DALAM MENUNJANG FAMILY BUSINESS YANG SUSTAINABLE (SUATU TINJAUAN TEORETIS).....	15
MANAJEMEN ASET PEMERINTAH INDONESIA: MASA KINI DAN MASA DEPAN.....	16
ANALISIS PENGEMBANGAN <i>GREEN BUSINESS</i> UNTUK PENINGKATAN KINERJA KEUANGAN DAN KINERJA PASAR	17
FENOMENA PERUBAHAN STRUKTUR RISIKO DI PASAR MODAL : IMPLIKASI TERHADAP AKURASI VALUASI RENCANA INVESTASI	18
PENGARUH PENGELOLAAN ZAKAT TERHADAP KESEJAHTERAAN RAKYAT	19
INTELLECTUAL CAPITAL DAN KINERJA ORGANISASI DENGAN MODIFIKASI DIAMOND SPECIFICATION	20
DOES JAKARTA STOCK INDEX REFLECT ECONOMIC FLUCTUATION IN INDONESIA?	21
PENGARUH PROFITABILITAS, LIKUIDITAS, <i>LEVERAGE</i> , DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP KEBIJAKAN DIVIDEN PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR DI SEKTOR INDUSTRI BARANG KONSUMSI YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA	22
PENGARUH NILAI TUKAR RIIL TERHADAP NERACA PERDAGANGAN PADA HUBUNGAN DAGANG ANTARA INDONESIA - JEPANG	23
MENGUKUR PENGARUH KRISIS EROPA TERHADAP PASAR MODAL DI ASIA TENGGARA	24

ANALISIS PERKEMBANGAN KINERJA KOPERASI MAHASISWA DI KOTA BANDUNG DENGAN MENGGUNAKAN PENDEKATAN BALANCED SCORECARD	25
PENGEMBANGAN UMKM & PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN INDONESIA MELALUI PENGUATAN PERAN ANGEL INVESTOR	26
PENGELOLAAN BISNIS APOTIK SKALA KECIL-MENENGAH DITINJAU DARI ASPEK KEUANGAN, SOSIAL, DAN LINGKUNGAN	27
DETEKSI PRAKTIS PENERAPAN PECKING ORDER THEORY	28
THE INFLUENCE OF ECONOMIC VALUE ADDED (EVA), MARKET VALUE ADDED (MVA), REFINED ECONOMIC VALUE ADDED (REVA) AND FINANCIAL VALUE ADDED (FVA) TO STOCK PRICE	29
PENGARUH SIKLUS BISNIS PEREKONOMIAN TERHADAP KINERJA SAHAM 'SIN' (SUATU KAJIAN KINERJA SAHAM 'SIN' DI BURSA EFEK INDONESIA)	30
ANALISIS DIVIDEND PAYOUT RATIO, MANAGEMENT OWNERSHIP, INSTITUTIONAL OWNERSHIP, DAN AGENCY COST SERTA PENGARUHNYA TERHADAP HARGA SAHAM	31
EFFECT OF LIQUIDITY RISK TO THE YIELD SPREAD ON INDONESIA BOND MARKET	32
ANALISIS PENGARUH INFLASI DAN SUKU BUNGA TERHADAP HUBUNGAN TIMBAL BALIK PERTUMBUHAN KREDIT DAN PERTUMBUHAN EKONOMI DI INDONESIA	33
PEMODELAN TERM STRUCTURE OF INTEREST RATE MELALUI PENDEKATAN EQUILIRIUM MODEL DAN NO-ARBITRAGE MODEL UNTUK PASAR OBLIGASI DI INDONESIA (APLIKASI VASICEK MODEL DAN HULL-WHITE MODEL)	34
TRANSACTION COSTS IN INDONESIAN MARKET: A STUDY IN THE AUTOMATION PERIOD	35
LIQUIDITAS, RETURN SAHAM DAN FAKTOR SPLIT	36
DAMPAK PERUBAHAN EARNING DAN CASH FLOW TERHADAP KEMAMPUAN PERUSAHAAN MEMBAYAR DEVIDEN STUDI KASUS PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK JAKARTA TAHUN 1990 2010	37
EQUITY MARKET TIMING DAN PERSISTENSINYA PADA STRUKTUR MODAL PERUSAHAAN MANUFAKTUR DI INDONESIA	38
PENGARUH RASIO KEUANGAN TERHADAP RETURN SAHAM PERUSAHAAN MANUFAKTUR OTOMOTIF YANG TERDAFTAR DI TOKYO STOCK EXCHANGE	39
THE IMPACT OF CEO'S ATTRIBUTES ON TARGET FIRM'S PRICE	40
EVALUASI KINERJA PENDEKATAN <i>PROFITABILITY INDEX</i> DAN PENDEKATAN <i>NET PRESENT VALUE</i> UNTUK MEMILIH PROYEK-PROYEK INDEPENDEN DENGAN BATASAN JUMLAH ANGGARAN	41
FAKTOR-FAKTOR LINGKUNGAN, ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN, ORIENTASI PASAR, DAN PROFITABILITAS UMKM	42
ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERTUMBUHAN MODAL SENDIRI PADA PERUSAHAAN YANG TERGABUNG DALAM INDEKS LQ 45 DI BURSA EFEK INDONESIA UNTUK PERIODE 2009 2010	43
ANALISIS PERBANDINGAN KINERJA ANTARA REKSADANA YANG DITERBITKAN OLEH PERUSAHAAN INVESTASI DOMESTIK DENGAN ASING PASCA KRISIS SUBPRIME MORTGAGE	44
PENGARUH PERUBAHAN UNDANG-UNDANG PAJAK PENGHASILAN TAHUN 2008 TERHADAP HARGA SAHAM DAN KEBIJAKAN DIVIDEN	45
PENGARUH FAKTOR INTERNAL DAN EKSTERNAL TERHADAP HARGA SAHAM INDUSTRI PERDAGANGAN ECERAN DI BURSA EFEK INDONESIA	46
ANALISIS VaR PORTOFOLIO INDEKS: <i>HISTORICAL SIMULATION</i> DAN <i>VARIANCE- COVARIANCE</i>	47
PERILAKU MANAJEMEN LABA PADA PERUSAHAAN <i>LISTED</i> , <i>FORCED DELISTED</i> , DAN <i>VOLUNTARY DELISTED</i>	48
PENGARUH <i>CORPORATE GOVERNANCE</i> TERHADAP <i>EARNINGS MANAGEMENT</i> PERUSAHAAN DI INDONESIA	49

PENGARUH PROFITABILITAS, LIKUIDITAS, KEPEMILIKAN PUBLIK, DAN REPUTASI KAP TERHADAP KETEPATAN WAKTU PELAPORAN LAPORAN KEUANGAN	50
PENGARUH OVER REACTION TERHADAP HARGA SAHAM	51
PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN DAN TIPE PERUSAHAAN TERHADAP PENGUNGKAPAN PERTANGGUNGJAWABAN SOSIAL PERUSAHAAN (CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY) DALAM LAPORAN KEUANGAN	52
DIVERSIFIKASI, FINANCIAL CONSTRAINT, INDUSTRY LIFE CYCLE DAN KEPUTUSAN INVESTASI PERUSAHAAN MANUFaktur DI INDONESIA	53
THE NEW BRANDMARK "LIFE CONFIDENT" TRANSFORMASI TIME (TELEKOMUNIKASI INFORMASI MEDIA EDUTAINMENT) DALAM UPAYA MEMBENTUK CITRA PT. TELKOM INDONESIA TBK	54
PENGARUH CUSTOMER TO-CUSTOMER INTERACTION DAN CUSTOMER-TO-EMPLOYEE INTERACTION PADA LOYALITAS PELANGGAN	55
PENGARUH ORIENTASI PASAR, MODAL RELASIONAL DAN ORIENTASI PEMBELAJARAN TERHADAP KINERJA BISNIS BANK SYARIAH	56
IMPLEMENTASI KONSEP WARALABA BAGI PARA PELAKU BISNIS UKM UNTUK MENGHADAPI PERSAINGAN GLOBAL	57
IMPLIKASI HARGA DAN KUALITAS TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA RESTORAN AKAI-45 CABANG MUARA KARANG	58
SIKAP TERHADAP IKLAN, SIKAP TERHADAP MEREK, IKLAN KOMPARATIF TIDAK LANGSUNG, IKLAN NONKOMPARATIF SERTA NIAT BELI	59
RUMAH SAKIT ATAU DOKTER DAN PARAMEDIS?	60
PENGARUH KEPERCAYAAN PADA MEREK DAN KEPUASAN PADA MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK (STUDI KASUS BLACKBERRY)	61
TINGKAT PERAN SUMBERDAYA PERGURUAN TINGGI DALAM PERUMUSAN DAN PENGIMPLEMENTASIAN STRATEGI BERSAING	62
PERILAKU SELF-MONITORING DAN DERAJAT MATERIALISTIK TERHADAP KETERLIBATAN PRODUK	63
ANALISIS KOMPETENSI PROFESI DAN ADAPTABILITAS LINGKUNGAN DALAM MEMPENGARUHI PENGAMBILAN RISIKO BERINOVASI SERTA DAMPAKNYA TERHADAP KERAGAMAN PRODUK	64
PENGARUH NAMA MEREK, KUALITAS PRODUK, HARGA, GAYA, PROMOSI, KUALITAS JASA DAN LINGKUNGAN TOKO TERHADAP LOYALITAS MEREK SEPATU OLAH RAGA	65
EKPLORASI PERBANDINGAN PEMBELIAN IMPULS DAN PEMBELIAN TIDAK DIRENCANAKAN	66
MODEL MANAJEMEN RISIKO DALAM ANALISIS PERILAKU PENGONSUMSIAN ROKOK BAGI PEROKOK AKTIF SERTA PERBEDAANNYA BERDASARKAN TINGKAT PENDIDIKAN	67
DIMENSI KEGAGALAN DAN KEBERHASILAN PENERAPAN STRATEGI PERLUASAN MEREK (BRAND EXTENSION)	68
PENCIPTAAN KEUNGGULAN BERSAING DALAM RANGKA PENGEMBANGAN USAHA MELALUI PROGRAM PEMASARAN KREATIF (STUDI PADA PT. MAICIH INTI SINERGI)	69
PENGARUH E-SERVICE QUALITY TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DALAM PEMBELIAN TIKET PESAWAT SECARA ONLINE UNTUK TUJUAN BERLIBUR	70
INTEGRASI PEMASARAN PARIWISATA DALAM MEWUJUDKAN KUNJUNGAN KEMBALI WISATAWAN KE DIY	71
TELEMARKETING: EFFECTIVE ATAU ANNOYING?	72
ANALISIS MANAJEMEN KUALITAS PADA SISTEM WARALABA : STUDI PADA WARALABA PENDIDIKAN DI INDONESIA	73
MODEL UPGRADING STRATEGI USAHA KECIL DAN MENEGAH MELALUI ANALISIS RANTAI NILAI (STUDI KASUS PENGRAJIN BAMBUSALATIGA)	74
DAMPAK KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP NILAI PEMEGANG SAHAM	75

PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HONDA VARIO (Survei Pengguna Jasa Bengkel Resmi Honda PT. Daya Anugrah Mandiri, Jatiwaringin-Pondok Gede, Bekasi)	76
EFEK E-WOM TERHADAP <i>BRAND IMAGE</i> DAN <i>PURCHASE INTENTION</i> (KASUS : INDUSTRI MOBIL "D")	77
MODEL PEMBERDAYAAN INDUSTRI KECIL KERAJINAN TANGAN MELALUI PENGEMBANGAN KEWIRAUSAHAAN DI KABUPATEN GIANYAR	78
THE EFFECT OF CLIENT'S SATISFACTION ON AFFECTIVE, NORMATIVE, CONTINUANCE COMMITMENT INCLUDES THE DEBTOR'S LOYALTY OF PT. BANK KALBAR IN WEST KALIMANTAN	79
A METHOD FOR CREATING SUSTAINABILITY OF VIRTUAL BUSINESS COMMUNITIES	80
KORELASI ANTARA <i>CONSUMER INNOVATIVENESS</i> DENGAN PERAN INDIVIDU SEBAGAI AGEN DIFUSI INOVASI	81
PENGARUH TANGIBEL, RELIABILITY RESPONSIVENES, ASSURANCE, DAN EMPHATY TERHADAP KEPUASAN PEMAKAI SMS BANKING DI YOGYAKARTA	82
PEMBELIAN IMPULSIF DITINJAU DARI FAKTOR KEPRIBADIAN KONSUMEN DENGAN MENGGUNAKAN TRAIT <i>THE BIG FIVE PERSONALITY</i> (SURVEY PADA PENGUNJUNG MALL DI KOTA BANDUNG)	83
ANALYSIS MODEL OF CUSTOMER INTIMACY AND CUSTOMER DELIGHT TO CUSTOMER LOYALTY AND ITS IMPACT ON THE <i>BRAND IMAGE</i> OF THE MUSLIM FASHION PRODUCTS AS A STRATEGIC FLAGSHIP PRODUCT IN THE BANDUNG CITY	84
SERVICE QUALITY AND RELATIONAL MARKETING ANALYSIS AS COSTUMER LOYALTY MEASUREMENT (Study at Education Hotel " <i>UMM Inn</i> " in Malang)	85
PETA POSISI PERGURUAN TINGGI MANAJEMEN BISNIS BERDASARKAN PERSEPSI SISWA SMA NEGERI DAN SMA SWASTA KELAS XII DI BANDUNG TAHUN 2009	86
ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MENJADI PERTIMBANGAN UTAMA DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU FLEXI DI KOTA BANDUNG	87
PERAN ATMOSFIR TOKO DALAM MENENTUKAN LOYALITAS KONSUMEN MINIMARKET	88
PENGEMBANGAN BISNIS PERPUSTAKAAN MELALUI KOMUNITAS PEMINAT BUKU	89
KAJIAN PENGARUH KEDEKATAN MEREK DAN KONGRUENSI ENDORSER <i>SOCIAL MEDIA ADVERTISING</i> TERHADAP RESPON KONSUMEN	90
PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN BANK PEMBANGUNAN DAERAH DI INDONESIA	91
MEMBANGUN KEPERCAYAAN TERHADAP MEREK UNTUK MENINGKATKAN LOYALITAS MELALUI NILAI UTILITARIAN DAN HEDONIC PADA PENGGUNA NOKIA	92
RELATIONSHIPS ORIENTASI PASAR DAN KINERJA PERUSAHAAN: PERAN VARIABEL MODERATOR STRATEGI BERSAING DAN KEWIRAUSAHAAN KORPORASI	93
"IDENTIFIKASI FAKTOR-FAKTOR WISATA DALAM MEMBANGUN <i>BRAND IMAGE</i> KOTA BANDUNG"	94
MARKETING IMPLICATIONS OF SHOPAHOLICS	95
PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK TERHADAP NILAI PELANGGAN BROWNIES KUKUS AMANDA BANDUNG (Suatu penelitian terhadap Usaha Mikro Kecil Bisnis Keluarga Kue Brownies Kukus di Bandung Jawa Barat)	96
SEBUAH MODEL UNTUK PENGEMBANGAN INSTRUMEN ALTERNATIF DALAM MENINGKATKAN KUALITAS JASA MELALUI KESETIAAN PELANGGAN BERDASARKAN METODE SERVQUAL (STUDI KASUS DI SALAH SATU PERUSAHAAN PENYEDIA JASA INTERNET)	97

PENGARUH NILAI PELANGGAN MENGINSPIRASI BATIK TULIS MADURA YANG NGEJRENG DAN MEMIKAT TERHADAP KINERJA PEMASARAN (Penelitian terhadap Sentra Batik Tulis di Dusun Banyumas, Desa Klampar, Kecamatan Proppo, Kabupaten Pamekasan Madura, Jawa Timur)	98
ANALISIS PENGARUH <i>SOCIAL MEDIA</i> TERHADAP PEMBENTUKAN <i>WORD OF MOUTH</i> DAN <i>BRAND AWARENESS</i> DALAM MENARIK PENGUNJUNG DI MEDIA ONLINE (Studi Kasus pada Bisnis Media online Ghiboo.com)	99
FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU PEMANFAATAN INTERNET	100
DIMENSI-DIMENSI PERSEPSI RISIKO KONSUMEN	101
PENGARUH SIKAP TERHADAP UANG PADA PERILAKU BELANJA KONSUMEN KELAS MENENGAH DI YOGYAKARTA	102
ANALISIS PERILAKU MEMBELI IBU RUMAH TANGGA PADA TOKO RITEL DI KOTA YOGYAKARTA	103
ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN DENGAN MENGGUNAKAN <i>IMPORTANCE-PERFORMANCE ANALYSIS</i> PADA PERUSAHAAN DAERAH AIR MINUM TIRTA MARTA YOGYAKARTA	104
ANALISIS MINAT BERWIRUSAHA PARA SANTRI DI PONDOK PESANTREN DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA	105
PENGARUH <i>BRAND LOYALTY</i> DAN <i>BRAND AWARENESS</i> PADA PENGAMBILAN KEPUTUSAN MAHASISWA BARU STIM YKPN YOGYAKARTA	106
PENGARUH BAURAN PEMASARAN RITEL TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL MODERASI	107
CONSUMER INTENTION TO BUY ORIGINAL BRANDS VERSUS COUNTERFEITS	108
CONSUMER INTENTION TO PIRATE DIGITAL PRODUCTS: Theory of Planned Behavior and Ethics Theory Perspective	109
DAMPAK <i>ELECTRONIC WORD OF MOUTH</i> TERHADAP ADOPSI INFORMASI DAN NIAT BELI BISNIS HOTEL DI INDONESIA	110
PENGARUH PERSEPSI KEAMANAN DAN PRIVASI TERHADAP KEPUASAN DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN <i>ONLINE</i>	111
ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN DALAM BELANJA ONLINE: SEBUAH STUDI KASUS PENYEBAB (ANTECEDENTS) DAN KONSEKUENSI (CONSEQUENCES)	112
ANALISIS KEYAKINAN DAN SIKAP TERHADAP IKLAN ONLINE DIANTARA KONSUMEN YOGYAKARTA	113
PENGARUH CITRA, KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH MUSLIM DAN NON MUSLIM BANK MUAMALAT DAN BANK BRISYARIAH DI YOGYAKARTA	114
FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELI <i>ONLINE SHOPPING</i> BERDASARKAN MODEL C-TAM-TPB PADA IN TEE-SHIRT DI YOGYAKARTA	115
ANALYSIS OF THE EFFECT OF CONSUMER SATISFACTION, TRUST, COMMITMENT AND CUSTOMER LOYALTY TOWARD TO PERCEIVED VALUE ON THE TRANSPORTATION SERVICE PROVIDER (Study on customer Rosalia Indah in Palur, Karanganyar)	116
KOMISI YUDISIAL: BAYI BONGSOR DI LAHAN TANDUS Strategi pada Masa Bulan Madu Kedua?	117
LITERASI KEUANGAN, ORIENTASI KEWIRUSAHAAN, DAN KINERJA PENGEMBANGAN PRODUK BARU DI INDUSTRI KERAJINAN MIKRO	118
MENGUKUR PERILAKU BELANJA ONLINE DI KALANGAN MAHASISWA DENGAN PENDEKATAN <i>TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM)</i>	119
ANALISIS <i>SATISFACTION WITH STORE</i> , <i>PERCEIVED VALUE OF STORE</i> , <i>STORE TRUST</i> , <i>STORE AFFECT</i> , DAN <i>MERCHANDISE QUALITY</i> TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN INDOMARET	120
PEMBENTUKAN SIKAP KONSUMEN LEWAT KEGIATAN <i>CAUSE RELATED MARKETING</i> PADA PRODUK TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI	121
PENGARUH VARIABEL KOMUNIKASI PEMASARAN DAN PERILAKU PENCARIAN VARIASI TERHADAP PERILAKU PERPINDAHAN MEREK	122

PENGARUH PENGETAHUAN LINGKUNGAN, KEPEDULIAN LINGKUNGAN DAN SIKAP TERHADAP MINAT PEMBELIAN PRODUK HIJAU	123
PENGARUH DESAIN WEB DAN KUALITAS INFORMASI TERHADAP MINAT PEMBELIAN PADA TOKO ONLINE	124
PERANAN POWER DAN KONFLIK DALAM PEMBENTUKAN KOMITMEN SUPPLY CHAIN: KONTEKS USAHA KECIL DAN MENENGAH	125
PENDEKATAN SUPPLY CHAIN PADA RUMAH MAKAN SIMPANG RAYA DI KOTA BANDUNG	126
PENGUKURAN KEPUASAN INVESTOR DENGAN MENGGUNAKAN METODE CS INDEX DAN DIAGRAM CARTESIUS DI KAWASAN INDUSTRIAL PT. SURABAYA INDUSTRIAL ESTATE RUNGKUT (SIER) DAN (PIER) PASURUAN	127
KAJIAN TEORITIS SISTEM MANAJEMEN MUTU PADA USAHA KECIL MENENGAH MENGHADAPI TANTANGAN GLOBALISASI	128
REKONSILIASI STRATEGIS ANTARA KEBUTUHAN PASAR DENGAN SUMBER DAYA OPERASI BAGI PROGRAM STUDI DALAM PERGURUAN TINGGI DALAM RANGKA MENCAPAI SUSTAINABILITAS YANG DINAMIS	129
PERANCANGAN DAN PENGUKURAN KINERJA LAYANAN JASA HOTEL	130
PENGARUH TQM TERHADAP KINERJA ORGANISASI PADA PT X	131
OPTIMISASI DENGAN MENGGUNAKAN TOOLS TOTAL QUALITY MANAGEMENT	132
ANALISIS PENYEBAB KERUSAKAN PRODUK PADA PROSES MATERIAL HANDLING DENGAN BASIC SEVEN QUALITY CONTROL TOOLS: PADA FASILITAS DISTRIBUTION CENTER PT. DHL EXEL SUPPLY CHAIN SURABAYA	133
MENDONGKRACK MUTU PERGURUAN TINGGI MELALUI KNOWLEDGE MANAGEMENT	134
ANALISIS PENYEBAB PEMBOROSAN (WASTE) DAN USULAN PERBAIKAN PROSES PRODUKSI SARUNG TENUN CAP MANGGA PADA PT. PANGGUNG JAYA INDAH TEXTILE (PT. PAJITEX) DENGAN MENGGUNAKAN VALUE STREAM ANALYSIS TOOLS (VALSAT) DAN CAUSE AND EFFECT DIAGRAM	135
OPTIMALISASI SISTEM ANTRIAN PADA BANK "X" CABANG TAMAN DUTA MAS DI JAKARTA	136
FAKTOR KEBERHASILAN IMPLEMENTASI ERP SEBAGAI DAYA SAING PERUSAHAAN (DILIHAT DARI SUDUT PANDANG IT MANAGER)	137
MODEL MANAJEMEN LOGISTIK DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING PRODUSEN SAYURAN SKALA KECIL UNTUK MEMENUHI PERMINTAAN PASAR TERSTRUKTUR	138
APLIKASI MANAJEMEN INFORMASI BERBASIS CCTV ONLINE DI SPBU PERTAMINA, STUDI KASUS PADA PROGRAM SPBU ANTI KORUPSI DI SURABAYA	139
"EFISIENSI WAKTU TUNGGU DALAM TRANSAKSI PEMBAYARAN DENGAN MENGGUNAKAN MODEL ANTRIAN PADA PASAR SWALAYAN "	140
PERANCANGAN SISTEM PENGUKURAN KINERJA DENGAN INTEGRASI BALANCED SCORECARD DAN ANALYTICAL HIERARCHY PROCESS	141
IDENTIFIKASI KOMPETENSI INTI INDUSTRI DI KAB. PURWOREJO	142
PENERAPAN METODE QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT (QFD) DALAM UPAYA PENINGKATAN KUALITAS PRODUK COKRO TELA CAKE, YOGYAKARTA	143
PENGARUH LAYANAN BERBASIS ORIENTASI PASAR TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (STUDI KASUS PADA PERGRUAN TINGGI SWASTA DI YOGYAKARTA)	144
STUDY ORGANISASI PEMBELAJAR, INTERNAL LOCUS OF CONTROL, KOMPETENSI DAN PENGARUHNYA TERHADAP KINERJA GURU	145
PERAN INOVASI DALAM KEBERLANGSUNGAN BISNIS KELUARGA	146

ANALISIS HUBUNGAN ANTARA PERBEDAAN KARAKTERISTIK BIOGRAFIS INDIVIDU DENGAN TINGKAT KEPUASAN KERJA PEGAWAI DI PT. BANK JABAR BANTEN BANDUNG	147
STRATEGI REVITALISASI PERAN INKUBATOR BISNIS PERGURUAN TINGGI	148
PENGELOLAAN RUMAH MAKAN PADANG SIMPANG RAYA (STUDI DI KOTA BANDUNG)	149
PENGARUH KOMPETENSI DAN KOMITMEN TERHADAP PERILAKU KEWARGAAN ORGANISASIONAL BERDASARKAN PERSEPSI SUPERVISOR (SUATU SURVEI PADA HOTEL BERBINTANG DI JAWA BARAT)	150
PENGUKURAN BUDAYA ORGANISASI DAN PEMERINGKATAN PROGRAM SOLUSI DENGAN MENGGUNAKAN <i>ANALYTICAL HIERARCHY PROCESS (AHP)</i> (STUDI KASUS PADA KABUPATEN "X")	151
KARAKTERISTIK PUTERA/ MAHKOTA BISNIS KELUARGA DI INDONESIA: ANALISA KONTEN	152
<i>CO-OPETITION USAHA KELUARGA KURSUS BAHASA INGGRIS ICB GARUT</i>	153
PERSONAL MEANING, WORK AS CALLING, WORK AS JOB DAN ORGANISATIONAL COMMITMENT PADA PERAWAT RS ISLAM SURABAYA	154
PENGARUH KECERDASAN SPIRITUAL WANITA PEKERJA TERHADAP INTERAKSI POSITIF PEKERJAAN-KELUARGA SERTA KINERJA PADA PEKERJAAN DAN KELUARGA	155
DO PROPORTION OF WOMEN ON BOARD AND FIRM SIZE AFFECT TO THE FIRM PERFORMANCE?	156
HUBUNGAN ANTARA ORIENTASI STRATEJIK DAN KAPABILITAS INOVASI DALAM RANGKA UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING UKM (Studi Kasus pada UKM Batik di Kabupaten Sragen, Jawa Tengah)	157
PERAN MANAGER MENDORONG KARYAWAN UNTUK MENYUARAKAN IDE (<i>SPEAK UP</i>) DI DALAM PERUSAHAAN KELUARGA	158
PERAN <i>HUMAN CAPITAL</i> DALAM PENGEMBANGAN <i>KNOWLEDGE</i> <i>MANAGEMENT</i> SERTA DAMPAKNYA PADA KINERJA ORGANISASI	159
MODAL INTELEKTUAL MERUPAKAN SUMBER KEUNGGULAN BERSAING (STUDI PADA PROGRAM STUDI PERGURUAN TINGGI NEGERI DI BANDUNG)	160
PENGARUH GAYA KEPEMIMPINAN TRANSFORMASIONAL DAN KOMITMEN ORGANISASIONAL TERHADAP ORGANISASI PEMBELAJARAN	161
MODEL <i>KNOWLEDGE MANAGEMENT</i> PADA PEMERINTAHAN DAERAH DALAM MENCiptakan KEUNGGULAN BERSAING DALAM PELAYANAN PUBLIK (Studi Kasus Pemerintah Daerah Kabupaten Garut)	162
MANAJEMEN STRATEGI DAN PROSES IMPLEMENTASINYA DI ORGANISASI PEMERINTAH DAERAH	163
METODE PENINGKATAN KUALITAS PERUSAHAAN DENGAN PEMBENTUKAN SDM PROFESIONAL	164
RANCANGAN PENILAIAN KERJA KARYAWAN	165
PENGARUH PERILAKU KERJA YANG INOVATIF TERHADAP KINERJA PNS: EFEK MODERASI KONTRAK PSIKOLOGIS PADA PEGAWAI PTN	166
HIGH COMMITMENT WORK PRACTICES (HCWP), ORGANIZATIONAL JUSTICE, ORGANIZATIONAL COMMITMENT, EMPLOYEE TRUST	167
PENGARUH INSENTIF DAN KOMITMEN KARYAWAN TERHADAP PRESTASI KERJA KARYAWAN BAGIAN PEMASARAN PADA PT DEWA SUTRATEX II CIMAH I	168
ADAPTASI LINGKUNGAN, STRATEGI BISNIS, DAN KINERJA USAHA KECIL	169
PENGEMBANGAN STRATEGIC COACHING SEBAGAI PENERAPAN SUSTAINING PERFORMANCE LEADERSHIP DALAM MENCAPAI EFFECTIVE PERFORMANCE MANAGEMENT	170
PERAN RELIGIOSITAS TERHADAP KONFLIK PEKERJAAN -KELUARGA FUTURISTIK DAN NURTUTISTIK DALAM KINERJA IN-ROLE DAN EXTRA-ROLE (SEBUAH AGENDA PENELITIAN)	171

MENINGKATKAN KINERJA PERUSAHAAN MELALUI KAPABILITAS INOVASI DAN KEMITRAAN PADA UKM DI KOTA SEMARANG	172
ANALISIS KELUARGA-PEKERJAAN SERTA DAMPAKNYA TERHADAP MOTIVASI BERPRESTASI WANITA BEKERJA	173
PENGARUH MODAL INTELEKTUAL TERHADAP KEPUASAN KERJA DAN KINERJA DOSEN UNIVERSITAS TANJUNGPURA PONTIANAK.....	174
EUSTRES PERAN WIRAUSAHA , PERILAKU INOVATIF DAN KEBERHASILAN WANITA WIRAUSAHA BATIK TULIS DAN KAIN GEDOG DI KABUPATEN TUBAN	175
BERSERTIFIKASI DENGAN VARIABEL INTERVENING KOMPETENSI PADA SMPN NON RSBI DI KABUPATEN TULUNGAGUNG	176
USAHA KECIL ROTAN OLAHAN (Studi Kasus Pengrajin Rotan Anggota Koperasi Korprinka, Kotamadya Medan)	177
KEBERLANJUTAN BISNIS KELUARGA KAGUM GRUP BANDUNG	178
PENGARUH PELAKSANAAN PROGRAM PEMELIHARAAN KARYAWAN TERHADAP LOYALITAS KARYAWAN PT. ALSTOM Grid JAKARTA	179
ANALISIS MOTIVASI KERJA, EFEKTIVITAS KEPEMIMPINAN DAN KOMITMEN ORGANISASIONAL TERHADAP KINERJA KARYAWAN (STUDI PADA MIROTA KAMPUS - YOGYAKARTA)	180
EMPLOYEE ENGAGEMENT: ANTESEDEN DAN KONSEKUENSI Studi pada Unit CS PT. Telkom Indonesia Semarang	181
ALTRUISME SANG PEJUANG ZAKAT (Studi Motivasi Kerja Pegawai Rumah Zakat Cabang Semarang)	182
ANALISIS PENGARUH IKLIM KERJA DAN PENGEMBANGAN KARIR TERHADAP KOMITMEN KARIR: KEPUASAN KERJA SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi pada karyawan PT Pertamina (Persero) Wilayah Jawa Tengah dan DIY)	183
STUDI ETNOGRAFI PADA INDUSTRI BATIK DI KOTA PEKALONGAN	184
IMPLEMENTASI TOTAL QUALITY MANAGEMENT(TQM) DAN PENGARUHNYA TERHADAP KINERJA INDUSTRI MANUFAKTUR DI SULAWESI SELATAN, INDONESIA, MELALUI VARIABEL INTERVENING BUDAYA ORGANISASI	185
PENGARUH FAKTOR KEPERIBADIAN, JEJARING SOSIAL, DAN KARAKTERISTIK PSIKOLOGIS TERHADAP INTENSI KEWIRAUSAHAAN	186
KEPEMIMPINAN TRANSAKSIONAL DAN TRANSFORMASIONAL GUNA MEMPENGARUHI KINERJA BAWAHAN DI PUSKESMAS KABUPATEN SLEMAN	187
PENGARUH DAN KONSEKUENSI WORK FAMILY ENRICHMENT	188
INOVASI ORGANISASIONAL: STUDI EMPAT ASPEK (ORGANISASI PEMBELAJAR, PENCIPTAAN PENGETAHUAN, STRUKTUR ORGANISASI DAN KEPEMIMPINAN) DALAM KONTEKS INTERNAL YANG MENGEMBANGKAN ORGANISASI (STUDI KASUS DI FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA YOGYAKARTA)	189
PENGARUH GAYA KEPEMIMPINAN TRANSFORMASIONAL DAN TRANSAKSIONAL TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA RUMAH SAKIT UMUM PKU MUHAMMADIYAH BANTUL YOGYAKARTA	190
KEPEMIMPINAN PEREMPUAN DI ORGANISASI PEMERINTAH: STUDI KASUS KUALITATIF TIGA PEREMPUAN LURAH DI KOTA YOGYAKARTA	191
STRATEGIC ENTREPRENEURSHIP WITHIN THE LIFE CYCLE OF A SMALL-MEDIUM SIZED FAMILY FIRM: A CASE STUDY	192
DIALEKTIKA ANTARA KOMPENSASI, MOTIVASI, KEPUASAN KERJA, DAN KINERJA KARYAWAN DI BANK PERKREDITAN RAKYAT (BPR): STUDI KASUS PADA BPR SWADHARMA ARTHA NUSA YOGYAKARTA	193
PENGARUH KECERDASAN EMOSIONAL DAN MOTIVASI SPIRITUAL TERHADAP PRESTASI KERJA KARYAWAN BMT DI KABUPATEN CILACAP	194
PENGARUH STRES TERHADAP KINERJA KARYAWAN YANG DIMEDIASI OLEH MOTIVASI KERJA DI PERUSAHAAN PERHOTELAN: STUDI KASUS PADA HOTEL JAMBULUWUK YOGYAKARTA	195

MOTIVASI KERJA PEREMPUAN JURNALIS: IDENTIFIKASI DAN IMPLIKASI ORGANISASIONAL	196
PENGARUH KOMUNIKASI INTERPERSONAL TERHADAP PRESTASI KERJA KARYAWAN DI PERUSAHAAN PERHOTELAN: STUDI KASUS PADA HOTEL BATIK YOGYAKARTA.....	197
HUBUNGAN ANTARA GAYA KEPEMIMPINAN TRANSFORMASIONAL DAN KOMITMEN KARYAWAN DI PAMELLA SWALAYAN ENAM YOGYAKARTA	198
PENGARUH KEPUASAN KERJA DAN KOMITMEN ORGANISASI TERHADAP <i>TURNOVER INTENTIONS</i>	199
PENGARUH KOMPETENSI DAN MOTIVASI TERHADAP KEPUASAN KERJA KARYAWAN	200
PENGARUH KEPEMIMPINAN TERHADAP PRESTASI KERJA DENGAN KOMITMEN ORGANISASIONAL SEBAGAI VARIABEL INTERVENING	201
PERSEPSIAN INVESTASI PADA PENGEMBANGAN KARYAWAN DAN KOMITMEN ORGANISASI	202
KELANGGEGAN BISNIS KELUARGA: Telaah Literatur dan Agenda Riset	203
KESELARASAN STRATEGI DAN TINGKAT KECANGGIHAN PRAKTIK AKUNTANSI MANAJEMEN DAN PENGARUHNYA TERHADAP KINERJA	204
ANALISIS KOMITMEN ORGANISASI DAN MOTIVASI PARA AUDITOR EKSTERNAL DALAM MENJALANKAN TUGAS DAN TANGGUNGJAWABNYA (STUDI PADA KAP YANG TERDAFTAR DI BPK RI JAWA BARAT).....	205

IMPLIKASI HARGA DAN KUALITAS TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA RESTORAN AKAI-45 CABANG MUARA KARANG

Andi Wijaya dan Richard Andrew

Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara

E-mail: andiwijayasemm@yahoo.com dan richardandrew@fe.tarumanagara.ac.id

Seminar Nasional & *Call For Paper* Forum Manajemen Indonesia (FMI) ke-4

Topik: Manajemen Pemasaran

Abstrak

Dewasa ini dalam dunia pemasaran, bisnis keluarga tidak luput dari persaingan. Salah satu indikator bisnis tersebut sukses adalah jika terdapat minat beli ulang dari konsumen bisnis tersebut. Minat beli ulang seseorang atau sebuah institusi ini dipengaruhi oleh beberapa hal yang diantaranya adalah harga dan kualitas. Untuk itu peneliti melakukan penelitian ini dengan tujuan untuk menemukan bukti empiris bahwa harga dan kualitas memiliki implikasi terhadap minat beli ulang baik secara parsial maupun secara simultan. Adapun subyek dari penelitian ini adalah Restoran Akai-45 cabang Muara Karang dengan jumlah responden sebanyak 100 orang konsumen. Untuk menganalisis, peneliti menggunakan metode regresi ganda dengan program komputasi SPSS. Hasil penelitian peneliti menunjukkan bukti empiris bahwa terdapat implikasi dari harga dan kualitas terhadap minat beli ulang yang signifikan baik secara parsial dan simultan. Akhirnya peneliti berharap hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat untuk penelitian di bidang pemasaran pada umumnya dan sektor jasa restoran khususnya.

Kata kunci: Harga, Kualitas, Minat Beli Ulang



**IMPLIKASI HARGA DAN KUALITAS TERHADAP MINAT BELI ULANG
PADA RESTORAN AKAI-45 CABANG MUARA KARANG**

Andi Wijaya dan Richard Andrew

Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara

***E-mail:* andiwijayasemm@yahoo.com dan richardandrew@fe.tarumanagara.ac.id**

Seminar Nasional & *Call For Paper* Forum Manajemen Indonesia (FMI) ke-4

Topik: Manajemen Pemasaran

ABSTRAK:

Dewasa ini dalam dunia pemasaran, bisnis keluarga tidak luput dari persaingan. Salah satu indikator bisnis tersebut sukses adalah jika terdapat minat beli ulang dari konsumen bisnis tersebut. Minat beli ulang seseorang atau sebuah institusi ini dipengaruhi oleh beberapa hal yang diantaranya adalah harga dan kualitas. Untuk itu peneliti melakukan penelitian ini dengan tujuan untuk menemukan bukti empiris bahwa harga dan kualitas memiliki implikasi terhadap minat beli ulang baik secara parsial maupun secara simultan. Adapun subyek dari penelitian ini adalah Restoran Akai-45 cabang Muara Karang dengan jumlah responden sebanyak 100 orang konsumen. Untuk menganalisis, peneliti menggunakan metode regresi ganda dengan program komputasi SPSS. Hasil penelitian peneliti menunjukkan bukti empiris bahwa terdapat implikasi dari harga dan kualitas terhadap minat beli ulang yang signifikan baik secara parsial dan simultan. Akhirnya peneliti berharap hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat untuk penelitian di bidang pemasaran pada umumnya dan sektor jasa restoran khususnya.

Kata kunci: Harga, Kualitas, Minat Beli Ulang

ABSTRACT

Nowadays, in a new marketing world era, there are many survival competitions. Family business must fight in these survival competitions too. One of the indicators that commonly used for a key of success in business is the purchase retention, the repeated intention from the buyer for buying products. Several variables usually influenced this purchase retention. Some of these variables are price and quality. Researchers do this research to know empirically that price and quality influenced the purchase retention both partially and simultaneously. The research itself uses Akai-45 restaurant in Muara Karang, North Jakarta as the subject and collects 100 samples of the restaurant customers. Researchers use multiple regression method for analyzing the data. The research itself found out that both price and quality influenced purchase retention both partially and simultaneously. Finally, researchers hope the research has benefits for the next and bigger marketing research commonly and in restaurant's business sectors specially.

Keywords: Price, Quality, Purchase Retention

PENDAHULUAN

Dunia bisnis di masa modern ini semakin kompetitif dengan munculnya banyak teknologi baru serta inovasi – inovasi yang dilakukan oleh para pemasar handal di seluruh dunia. Hal ini menyebabkan minat beli ulang seorang pelanggan baik untuk sektor barang maupun sektor jasa semakin sulit. Padahal, menurut Zeithaml dan Bitner (1996), tujuan dari pemasaran adalah untuk membangun dan mempertahankan pelanggan sehingga dapat menguntungkan perusahaan.

Adapun untuk menarik minat beli ulang pelanggan, perusahaan juga senantiasa harus memperhatikan elemen – elemen penting yang dijalankan. Anderson, Fornel dan Lehmann (1994) menyatakan bahwa jika pelanggan puas terhadap harga dan kualitas maka minat beli pelanggan meningkat dan membuat pelanggan kembali melakukan pembelian ulang. Lebih

lanjut lagi, Dodds dan Monroe (1985) mengungkapkan bahwa agar konsumen dapat menjadi pelanggan yang terus berkunjung, kualitas dan harga dari produk harus diperhatikan sebagai suatu nilai yang penting.

Berdasarkan pada poin – poin diatas maka peneliti melakukan penelitian mengenai “Implikasi harga dan kualitas terhadap minat beli ulang pada restoran Akai-45 cabang Muara Karang” dengan tujuan untuk mendapatkan bukti empiris implikasi kedua variabel tersebut baik secara parsial maupun simultan terhadap minat beli ulang pelanggan pada restoran Akai-45 cabang Muara Karang. Adapun peneliti berharap bahwa penelitian ini dapat menambah wawasan pada bidang pemasaran dan acuan untuk penelitian berikutnya yang berkaitan dengan minat beli ulang khususnya pada sektor jasa restoran.

KAJIAN PUSTAKA

Penelitian ini menggunakan 3 variabel yang terdiri dari 2 variabel independen dan sebuah variabel dependen. Adapun variabel independen pertama yang digunakan adalah harga. Stedman (2000), mengidentifikasikan bahwa harga adalah salah satu faktor penting yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian merk baik barang maupun jasa. Harga, menurut Kotler dan Armstrong (2001), adalah jumlah dari seluruh nilai yang konsumen tukarkan untuk sejumlah manfaat dengan memiliki atau menggunakan suatu produk baik dalam bentuk barang ataupun jasa.

Cravens (1996) mengungkapkan bahwa keputusan mengenai harga memperhatikan beberapa hal yang penting yakni konsumen sasaran, permintaan konsumen dan pesaing. Oleh sebab itu, peneliti menggunakan kesesuaian terhadap gaya hidup konsumen, kesesuaian terhadap jumlah

konsumen, kewajaran harga dibandingkan dengan pesaing sebagai indikator untuk mengukur variabel harga.

Variabel independen kedua yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas. Kualitas, menurut Juran (1993), adalah kecocokan penggunaan produk untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan. Nasution (2001) melengkapi dengan menyebutkan bahwa kualitas mencakup usaha untuk memenuhi atau melebihi harapan dari pelanggan dalam penyediaan produk, pelayanan, proses dan lingkungan dalam kondisi yang senantiasa berubah.

David (1987) mengungkapkan banyak dimensi yang dapat digunakan untuk menganalisis karakteristik kualitas dan tiga diantaranya adalah performa, kemampuan pelayanan dan estetika. Oleh sebab itu peneliti menggunakan keramahan dan kesopanan pelayanan, ketepatan dan kecepatan pelayanan serta kebersihan serta kenyamanan lingkungan restoran sebagai indikator untuk mengukur variabel kualitas.

Selain variabel independen tersebut, terdapat variabel dependen yakni minat beli ulang. Cobb-Walgren, Ruble dan Donthu (1995) menjelaskan minat beli muncul dari suatu pernyataan mental konsumen yang merefleksikan keinginan untuk mendapatkan sesuatu dengan dorongan atau pertimbangan tertentu. Hawkins, Best dan Coney (1998) menegaskan bahwa motivasi untuk melakukan pembelian ulang timbul dari proses evaluasi konsumen. Hal ini dilengkapi oleh penjelasan Soderlund dan Vilgon (1999) tentang pengepresian kepercayaan dan kesukaan terhadap suatu produk sebagai bentuk indikator dari minat beli ulang. Oleh sebab itu, maka peneliti menggunakan keinginan untuk membeli kembali, penilaian citra restoran di mata konsumen dan pemberian rekomendasi positif ke orang lain sebagai indikator untuk mengukur variabel minat beli ulang.

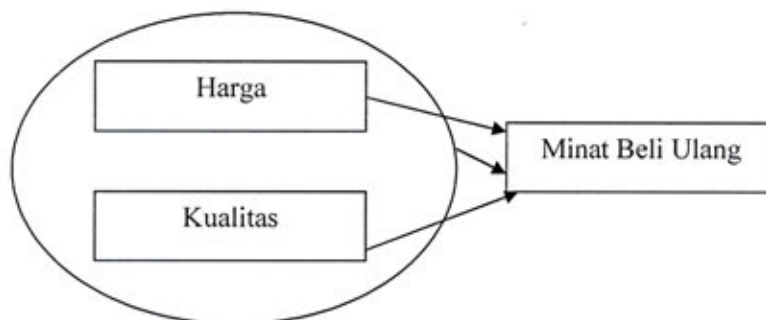
Kedua variabel independen diduga memiliki implikasi yang signifikan terhadap variabel dependen. Kristanto dan Wicaksono (2009) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa harga sangat berpengaruh terhadap minat beli ulang terutama yang berkaitan dengan seberapa besar pengorbanan yang ingin dikeluarkan oleh konsumen untuk mendapatkan produk tersebut dibandingkan dengan produk lain dari institusi sejenis. Adapun Li dan Lee (2001) mengemukakan bahwa jika kualitas dari produk dipersepsikan tinggi oleh pelanggan maka mereka akan berminat untuk kembali menggunakan jasa yang sama.

Dengan kedua pernyataan diatas maka, peneliti membuat hipotesis yang akan diuji untuk mendapatkan bukti empiris. Cooper dan Emory (1995) menjelaskan bahwa hipotesis adalah sebuah pernyataan awal mengenai suatu konsep logis yang dapat membuktikan kebenaran atau kesalahan dengan menggunakan tes yang empiris. Berikut adalah gambar kerangka pemikiran serta hipotesis pada penelitian ini:

H1: Terdapat pengaruh harga yang signifikan terhadap minat beli ulang.

H2: Terdapat pengaruh kualitas yang signifikan terhadap minat beli ulang.

H3: Terdapat pengaruh harga dan kualitas secara simultan yang signifikan terhadap minat beli ulang.



Gambar 1: Kerangka Pemikiran

METODE PENELITIAN

Populasi didefinisikan oleh Aritonang (2007) sebagai keseluruhan unsur yang menjadi subyek penelitian. Penelitian ini diadakan di restoran Akai-45 cabang Muara Karang sebagai subyek penelitian dengan populasinya adalah seluruh konsumen restoran tersebut. Bagian dari populasi tersebut adalah sampel. Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Menurut Supranto (2007), *purposive sampling* adalah suatu teknik pengambilan sampel dengan memilih elemen – elemen yang dijadikan anggota sampel pada pertimbangan yang tidak acak. Adapun dalam penelitian ini yang menjadi sampel adalah 100 orang konsumen restoran Akai-45 cabang Muara Karang tersebut.

Berikut ini adalah tabel operasionalisasi variabel yang digunakan untuk menjelaskan kegiatan yang harus dilakukan untuk memperoleh bukti empiris:

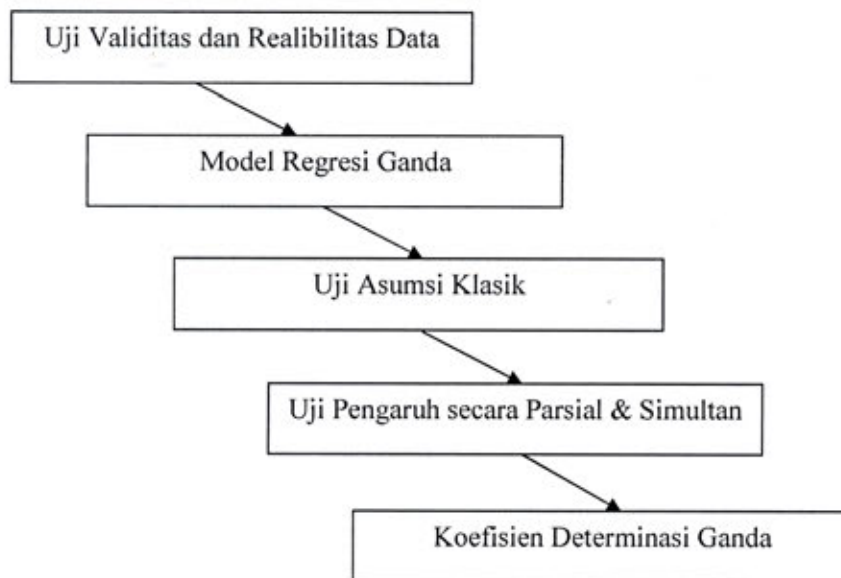
Tabel 1: Operasionalisasi Variabel

Variabel	Jenis	Indikator
Harga	Variabel Independen 1	Gaya Hidup Konsumen Jumlah Konsumen Kewajaran dibandingkan Pesaing
Kualitas	Variabel Independen 2	Keramahan dan Kesopanan Pelayanan Ketepatan dan Kecepatan Pelayanan Kebersihan dan Kenyamanan Konsumen
Minat Beli Ulang	Variabel Dependen	Keinginan untuk Membeli Kembali Penilaian Citra di mata Konsumen Pemberian Rekomendasi Positif Konsumen

Sumber: Cravens (1996), David (1987), Hawkins, Best dan Cooney (1998)

Skala pengukuran yang digunakan dari penelitian ini adalah skala likert dengan skala 1 – 5 (1 untuk tidak setuju, 2 untuk kurang setuju, 3 untuk ragu – ragu, 4 untuk setuju, dan 5 untuk sangat setuju). Adapun seluruh data yang digunakan diambil dengan menggunakan kuisioner sebagai metode pengumpulan data sehingga data yang diambil merupakan jenis data primer atau data yang langsung diambil untuk digunakan sebagai variabel peramalan. Lebih lanjut, jenis data yang digunakan disini adalah data ordinal. Santoso (2012) menyebutkan bahwa data ordinal adalah data non metrik yang mempunyai urutan dan tidak lazim jika urutan ini diacak secara sembarangan.

Dalam penelitian ini, metode analisis data yang digunakan adalah metode regresi ganda dengan harga dan kualitas sebagai variabel independen serta minat beli ulang sebagai variabel dependen. Adapun skema analisis data yang digunakan pada penelitian ini tertuang pada gambar berikut ini:



Gambar 2: Skema Teknik Analisis Data

HASIL ANALISIS

Berikut adalah tabel 2 yang menjelaskan tentang hasil pengujian validitas dari setiap variabel pernyataan yang digunakan pada kuisioner penelitian:

Tabel 2: Hasil Pengujian Validitas

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
H1	29.47	23.403	.559	.830
H2	29.95	26.533	.377	.846
H3	29.94	24.764	.523	.833
K1	29.41	25.113	.442	.842
K2	29.57	23.379	.623	.823
K3	29.72	23.194	.682	.817
M1	29.60	24.263	.591	.827
M2	29.62	23.915	.582	.827
M3	29.68	23.129	.666	.818

Tabel 2 tersebut menjelaskan bahwa semua pernyataan yang digunakan dalam kuisioner penelitian memiliki jawaban yang valid. Hal ini sejalan dengan pernyataan Cronbach dalam Aritonang (2007) bahwa jika nilai *Corrected Item Total Correlation* lebih besar dari 0,2, variabel tersebut dapat dinyatakan valid.

Setelah uji validitas maka selanjutnya peneliti menguji reliabilitas dari kuisioner yang dibagikan. Ghazali (2001) mengungkapkan bahwa untuk mengetahui suatu instrumen dikatakan reliabel atau tidak maka besaran koefisien reliabilitasnya harus sebesar 0,6 atau lebih. Hasil uji reliabilitas menunjukkan *Cronbach's Alpha* sebesar 0,846 sehingga kuisioner yang digunakan dapat dikatakan sebagai kuisioner yang reliabel.

Setelah uji validitas dan reliabilitas, maka peneliti membuat model dengan menggunakan hasil kuisioner tersebut. Berikut adalah tabel – tabel yang digunakan dalam pembuatan model:

Tabel 3: Koefisien dalam Model

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.790	.795		.994	.323		
Harga	.533	.087	.471	6.104	.000	.613	1.630
Kualitas	.411	.075	.421	5.464	.000	.613	1.630

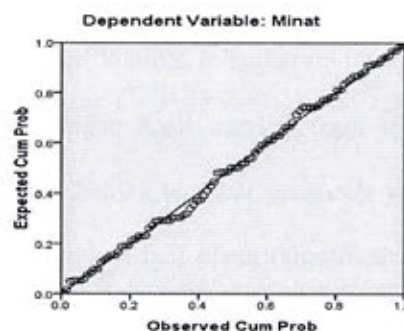
a. Dependent Variable: Minat

Dengan tabel tersebut didapatkan model regresi ganda yang dinotasikan sebagai berikut:

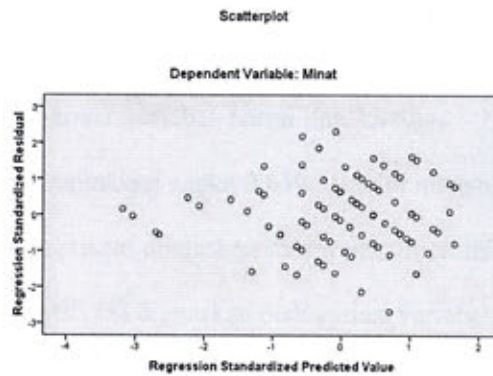
$$\text{MINAT} = 0,79 + 0,533 \text{ HARGA} + 0,411 \text{ KUALITAS}$$

Dari model ini dapat diketahui bahwa jika variabel harga meningkat 1 satuan maka variabel minat beli ulang seorang pelanggan akan meningkat 0,533 satuan. Berbeda dengan harga, jika variabel kualitas meningkat 1 satuan maka variabel minat beli ulang akan meningkat 0,411 satuan. Sebelum model ini digunakan, terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik yang mencakup uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas dan uji otokorelasi.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar 3: Normal PP Plot



Gambar 4: *Scatterplot*

Adapun hasil uji asumsi klasik yang dilakukan menjelaskan bahwa data terdistribusi secara normal karena data pada *normal pp plot* yang berada pada gambar 3 berada disekitar garis. Lalu pada *scatterplot* yang berada pada gambar 4 juga diungkapkan bahwa terdapat homoskedastisitas dengan tidak adanya pola. Selanjutnya juga tidak terdapat multikolinearitas karena nilai VIF pada output dibawah 5. Akhirnya, tidak ditemukan juga otokorelasi pada data karena nilai D-W mendekati 2. Hal ini selaras dengan metode pendeteksian asumsi klasik yang diutarakan oleh Nachrowi dan Usman (2006).

Hasil dari uji asumsi klasik ini kemudian dilanjutkan dengan uji pengaruh baik secara parsial maupun secara simultan. Dari hasil uji pengaruh parsial ditemukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari harga terhadap minat beli ulang (signifikansi variabel harga 0,00) dan terdapat pengaruh yang signifikan dari kualitas terhadap minat beli ulang (signifikansi variabel kualitas 0,00). Tidak berbeda dengan hasil parsial, pada uji pengaruh simultan dengan menggunakan uji f juga didapatkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari harga dan kualitas secara bersamaan terhadap minat beli ulang (signifikansi tabel anova 0,00). Dengan ketiga pengujian ini, hasil analisis menunjukkan bahwa ketiga hipotesis yang digunakan pada penelitian ini tidak dapat ditolak dengan tingkat keyakinan 95%.

Setelah hasil analisis menunjukkan bahwa ketiga hipotesis yang digunakan terbukti secara empiris, maka langkah terakhir adalah mengetahui seberapa besar variasi variabel minat beli ulang dapat dijelaskan oleh variasi variabel harga dan kualitas. Nilai korelasi kuadrat yang disesuaikan dari penelitian menunjukkan angka 0,639. Hal ini menyatakan bahwa sebesar 63,9% variasi variabel minat beli ulang dapat dijelaskan dalam penelitian ini oleh variasi variabel harga dan kualitas sedangkan sisanya 36,1% dijelaskan oleh variasi variabel lain.

PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga dan kualitas secara empiris mempengaruhi minat beli ulang pada restoran AKAI-45. Ini berarti hasil penelitian juga memperkuat hasil penelitian dalam bidang sejenis yang dilakukan oleh Anderson, Fornell dan Lehmann, Dodds dan Monroe serta Kristanto dan Wicaksono yang menyatakan bahwa harga dan kualitas mempengaruhi minat beli ulang terhadap suatu produk. Dengan demikian, restoran AKAI-45 sebagai salah satu bisnis keluarga untuk dapat bertahan dan berkembang harus memperhatikan rasionalitas harga dan tingkat kualitas secara seksama.

PENUTUP

Adapun penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yakni jumlah responden yang terbatas karena periode penelitian yang relatif pendek. Jika periode penelitian ini diperpanjang maka hasil penelitian diduga dapat lebih detail dan rinci. Adapun untuk kemungkinan pengembangan ke depan, peneliti menyarankan untuk menambah beberapa variabel independen sehingga meningkatkan variasi variabel independen yang mampu menjelaskan variasi variabel minat beli ulang pada penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Anderson, Eugene W., C. Fornell dan Donald R. Lehmann. 1994. *Customer Satisfaction, Market Share and Profitability: Finding from Sweden*. Journal of Marketing volume 58.
- Aritonang, Lerbin R. 2007. *Riset Pemasaran*. Jakarta. Ghalia Indonesia.
- Cooper, Donald R. dan William C. Emory. 1995. *Business Research Methods (Fifth Edition)*. New York. McGraw-Hill.
- Cravens, David. 1996. *Pemasaran Strategis*. Jakarta. Erlangga.
- David, Garvin. 1988. *Managing Quality*. New York. The Free Press.
- Dodds, B. dan Kent. B. Monroe. 1985. *The Effect of Brand and Price Information on Subjective Product Evaluations* Advances in Consumer Research volume 12.
- Hawkins, Del I., Roger J. Best, dan Kenneth A. Coney. 1998. *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*. New York. McGraw-Hill.
- Juran, Joseph M. 199 . *Quality Planning and Analysis: 3rd edition*. New York. McGraw-Hill.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2001. *Principle of Marketing: 7th edition*. New Jersey. Prentice Hall.
- Kristanto, Yuni dan Dwi Seto Wicaksono. 2009. *Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Konsumen di Apotek Barito Farma Sukoharjo*. Jakarta. Universitas Setia Budi.
- Li, Chieh Lu dan Joohyun Lee. 2001. *Dimensions of Service and Their Influence on Intention Repurchase*. Department of Leisure Studies. Penn State University.
- Nachrowi, Nachrowi D. dan Hardius Usman. 2006. *Pendekatan Populer dan Praktis: Ekonometrika untuk Analisis Ekonomi dan Keuangan*. Jakarta. Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.

- Nasution, M. Nur. 2001. *Manajemen Mutu Terpadu*. Jakarta. Ghalia Indonesia.
- Santoso, Singgih. 2012. *Aplikasi SPSS pada Statistik Multivariat*. Jakarta. PT. Elex Media Komputindo.
- Soderlund, Magnus dan Mats Vilgon. 1999. *Customer Satisfaction and Links to Customer Profitability: an Empirical Examination of the Association between Attitudes and Behavior*. Working Paper Series in Business Administration Volume 1.
- Stedman, Craig. 2000. *Value-based Pricing*. Journal of Financial and Business Concepts in Brief: March edition.
- Supranto, Johannes. 2007. *Statistik untuk Pemimpin Berwawasan Global: Edisi kedua*. Jakarta. Salemba Empat.
- Zeithaml, Valerie A. dan Mario Jo Bitner. 1996. *Service Marketing*. New York. McGraw-Hill.

Main Organizer



Co Organizer



9 772302 777003

OPTIMALISASI SISTEM ANTRIAN PADA
BANK "X" CABANG TAMAN DUTA MAS DI JAKARTA

Richard Andrew dan Andi Wijaya

Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara

E-mail: richardandrew@fe.tarumanagara.ac.id dan andiwijayasemm@yahoo.com

Seminar Nasional & Call For Paper Forum Manajemen Indonesia (FMI) ke-4

Topik: Manajemen Operasi

Abstrak

Dalam manajemen operasi, permasalahan mengenai antrian banyak mengemuka di dalamnya. Jumlah antrian yang kosong seringkali menandakan kelesuan bisnis tersebut. Akan tetapi, jumlah antrian yang terlalu padat juga seringkali membuat pelanggan pindah ke kompetitor. Untuk itu peneliti melakukan penelitian ini dengan tujuan untuk menemukan bukti empiris bahwa metode antrian yang digunakan dapat membantu untuk mengoptimalkan jumlah antrian yang terdapat pada subyek penelitian. Adapun subyek dari penelitian ini adalah Bank X cabang Taman Duta Mas di Jakarta dan metode analisis data yang digunakan adalah model antrian II *multichannels*. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa jumlah antrian di Bank tersebut belum optimal melayani nasabah sehingga perlu ditambah jumlah lini antriannya.

Kata kunci: Antrian, Kedatangan, Pelayanan

**OPTIMALISASI SISTEM ANTRIAN PADA
BANK "X" CABANG TAMAN DUTA MAS DI JAKARTA**



Richard Andrew dan Andi Wijaya

Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara

E-mail: richardandrew@fe.tarumanagara.ac.id dan andiwijayasemm@yahoo.com

Seminar Nasional & Call For Paper Forum Manajemen Indonesia (FMI) ke-4

Topik: Manajemen Operasi

ABSTRAK:

Dalam manajemen operasi, permasalahan mengenai antrian banyak mengemuka di dalamnya. Jumlah antrian yang kosong seringkali menandakan kelesuan bisnis tersebut. Akan tetapi, jumlah antrian yang terlalu padat juga seringkali membuat pelanggan pindah ke kompetitor. Untuk itu peneliti melakukan penelitian ini dengan tujuan untuk menemukan bukti empiris bahwa metode antrian yang digunakan dapat membantu untuk mengoptimalkan jumlah antrian yang terdapat pada subyek penelitian. Adapun subyek dari penelitian ini adalah Bank X cabang Taman Duta Mas di Jakarta dan metode analisis data yang digunakan adalah model antrian II *multichannels*. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa jumlah antrian di Bank tersebut belum optimal melayani nasabah sehingga perlu ditambah jumlah lini antriannya.

Kata kunci: Antrian, Kedatangan, Pelayanan

ABSTRACT

In operation management, there are several problems related with queues. Little number of queues usually linked with dropped in business. However, if the queue jammed, it will make several customers ran away to competitors. Researchers in this research want to find an empirical proof that the queue method can be used to optimized the waiting lines in the research subject. The research subject for this reseach is "X" Bank, Taman Duta Mas Branch, that located in Jakarta. In this research, researchers use multichannels model in queue model and by using it researchers found out that the bank need to make a new line to optimized the service of the tellers.

Keywords: Queue, Waiting Lines, Services

PENDAHULUAN

Dewasa ini, banyak perusahaan bergerak di bidang jasa. Schroeder (2000) mengungkapkan bahwa jasa adalah sesuatu yang diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan. Salah satu jasa yang berkembang dengan pesat adalah jasa perbankan. Untuk bertahan dalam pesatnya pertumbuhan lembaga keuangan selain bank, sebuah bank harus memiliki sebuah keunggulan kompetitif. Salah satu keunggulan tersebut adalah kecepatan respons karyawan bank dalam melayani nasabah. Secara kasat mata, ukuran yang acapkali digunakan dalam mendeteksi kecepatan respons karyawan bank adalah dengan melihat jumlah antrian yang terjadi pada bank.

Krajewski, Ritzman dan Malhotra (2010) menyatakan bahwa antrian adalah seorang atau lebih pelanggan yang menunggu untuk dilayani. Pada jasa perbankan, tingkat antrian yang terlalu panjang dapat menyebabkan keengganan bagi nasabah untuk menggunakan jasa bank tersebut. Namun di sisi lain, saat sebuah bank terlalu sepi dan tidak ada antrian sama sekali pada banyak jalur antrian yang dibuka, ini menandakan temuan akan kesalahan estimasi dari bank tersebut yang mengakibatkan inefisiensi.

Berdasarkan uraian di atas, penetapan jalur antrian yang tepat merupakan hal yang penting. Oleh sebab itu, maka peneliti melakukan pengkajian sistem antrian di salah satu penyedia jasa perbankan besar di Indonesia dengan judul "Optimalisasi sistem antrian pada Bank "X" cabang Taman Duta Mas di Jakarta". Adapun peneliti berharap bahwa penelitian ini dapat menambah wawasan pada bidang manajemen operasi dan dapat dijadikan acuan pada penelitian yang berikutnya yang terkait dengan sistem antrian.

KAJIAN PUSTAKA

Penelitian ini menggunakan dasar acuan dari teori antrian. Menurut Sukanto Reksohadiprodjo (1992), teori antrian merupakan cara menilai keefektifan sistem yang melayani orang atau objek tertentu. Adapun tujuan dari teori antrian ini menurut Subagyo, Asri dan Hani Handoko (1993) adalah mengoptimalkan penyediaan fasilitas pelayanan sehingga tidak terjadi investasi berlebihan atau tertundanya pelayanan yang dilakukan.

Berdasarkan teori antrian, ada 3 variabel yang digunakan untuk mendeteksi optimalisasi sistem antrian. Ketiga variabel tersebut adalah tingkat kedatangan pelanggan, waktu pelayanan pelanggan dan jumlah unit layanan yang dibuka untuk melayani pelanggan. Menurut Heizer dan Render (2006), karakteristik dari kedatangan pelanggan dapat dilihat dari ukuran populasi dari kedatangan yang terbatas ataupun tidak terbatas serta pola kedatangan dalam sistem yang terjadwal ataupun acak. Lebih lanjut lagi, fasilitas pelayanan yang mencakup waktu pelayanan pelanggan baik konstan maupun acak dan jumlah unit layanan juga harus diperhatikan. Adapun jumlah unit layanan dikelompokkan berdasarkan banyaknya saluran (bisa berupa *single channel* ataupun *multichannel*) dan tahapan pelayanan (bisa berupa *single phase* ataupun *multi phase*).

Stevenson (2005) mengungkapkan bahwa adanya antrian dapat berimplikasi terhadap perusahaan yakni dapat menyebabkan adanya biaya untuk penyediaan ruang tunggu, adanya kemungkinan untuk kehilangan pelanggan karena meninggalkan jalur antrian ataupun menolak menunggu dalam antrian, serta adanya kemungkinan untuk kehilangan nama atau kesan baik terutama jika kondisi antrian memprihatinkan. Lebih lanjut, antrian ini juga dapat berimplikasi pada penurunan kepuasan pelanggan dan pengaruh yang kurang baik pada unit bisnis atau pelanggan perusahaan yang berbeda.

Adapun penelitian sejenis yang dilakukan untuk mendeteksi optimalisasi sistem antrian suatu perusahaan khususnya bank pernah beberapa kali dilakukan seperti penelitian yang dilakukan oleh Yusuf (2007) untuk mengetahui seberapa baik sistem antrian yang diterapkan oleh PT. Bank Negara Indonesia cabang Gorontalo dan Hasan (2011) untuk mengetahui seberapa baik model optimasi pelayanan nasabah berdasarkan metode antrian pada Bank Mega Syariah cabang Malang. Hasil kedua penelitian mengungkapkan bahwa sistem antrian dapat dioptimalkan dengan menggunakan model antrian dalam teori antrian yang digunakan.

METODE PENELITIAN

Populasi didefinisikan oleh Aritonang (2007) sebagai keseluruhan unsur yang menjadi subyek penelitian. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh nasabah yang mengantri dalam sistem antrian Bank "X" cabang Taman Duta Mas di Jakarta. Sedangkan sampel dari penelitian ini diambil dengan proses sampling. Supranto (2000) mengungkapkan bahwa sampling adalah cara pengumpulan data dengan hanya meneliti sebagian dari populasi. Hasil dari sampling dalam penelitian ini adalah 70 nasabah yang mengantri untuk dilayani oleh *teller* dalam sistem antrian bank "X" cabang Taman Duta Mas di Jakarta.

Menurut Sarwono (2006), operasionalisasi variabel adalah proses yang menjadikan variabel – variabel yang diteliti menjadi bersifat operasional dan berkaitan dengan pengukuran dari variabel – variabel tersebut. Tingkat kedatangan pelanggan dihitung dari sejak nasabah tersebut masuk ke dalam sistem antrian *teller* yang digunakan di Bank “X” cabang Taman Duta Mas tersebut. Sedangkan jumlah layanan dihitung dari banyaknya *teller* yang dibuka untuk melayani nasabah serta waktu pelayanan dihitung dari sejak nasabah mulai dilayani sampai nasabah tersebut selesai dilayani oleh *teller* tersebut.

Di dalam penelitian ini, satuan yang digunakan adalah orang dengan pengumpulan data melalui proses observasi. Observasi menurut McMillan dan Schumacher (2011) adalah pengamatan pola perilaku orang – orang dalam situasi tertentu yang digunakan untuk menarik informasi mengenai suatu fenomena yang diinginkan. Akhirnya, hasil observasi pada bank “X” cabang Taman Duta Mas tersebut dianalisis oleh peneliti Supranto (2000) menjelaskan bahwa analisis adalah suatu pernyataan hasil terhadap proses.

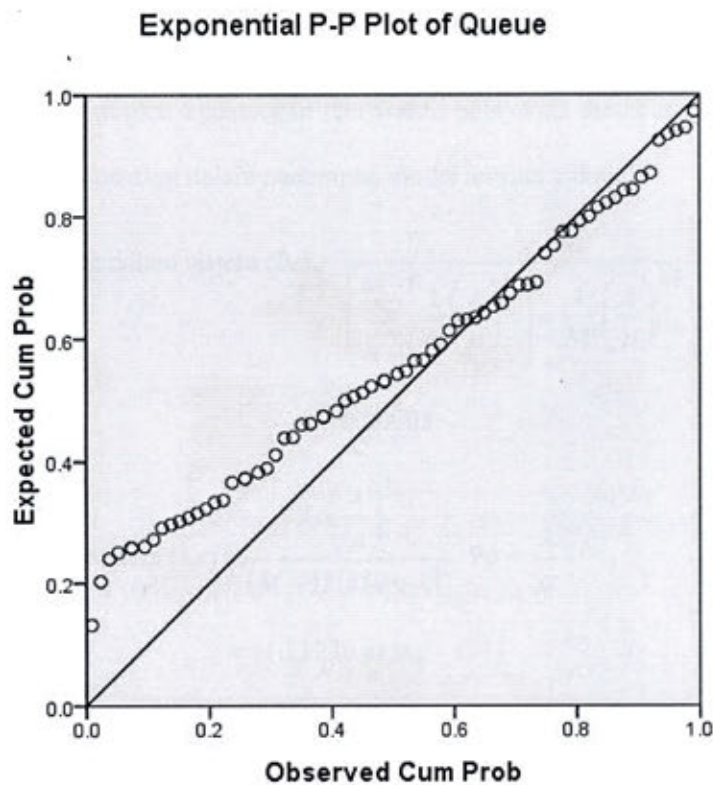
Peneliti dalam melakukan penganalisisan data dengan menggunakan model antrian. Hendrick dan Moore (2005) menuturkan bahwa model antrian adalah suatu model yang dikembangkan berdasarkan asumsi - asumsi matematis untuk menghitung probabilitas jumlah pelanggan yang datang dan harus dilayani dalam fasilitas pelayanan. Adapun model antrian ini mencakup perhitungan probabilitas tidak ada orang dalam sistem, rata – rata waktu dan jumlah orang yang berada di dalam sistem mulai dari saat menunggu sampai saat nasabah tersebut selesai dilayani serta rata – rata waktu dan jumlah orang yang berada di dalam antrian. Adapun orang yang dimaksud dalam penelitian ini adalah nasabah yang datang dan mengantri untuk dilayani oleh *teller* pada bank “X” cabang Taman Duta Mas.

HASIL ANALISIS

Sistem antrian *teller* yang diterapkan pada Bank "X" cabang Taman Duta Mas di Jakarta memiliki jumlah saluran antrian yang lebih dari satu (*multichannel system*), dalam satu tahapan penyelesaian antrian (*multiphase system*), pola kedatangan yang acak berdistribusi *Poisson*, pola waktu pelayanan yang acak berdistribusi eksponensial negatif, ukuran populasi yang tidak terbatas (*infinite population*) dan disiplin antrian FCFS / *First Come First Served* (Suatu disiplin yang menerapkan bahwa semua nasabah yang datang terlebih dahulu adalah nasabah yang akan mendapatkan pelayanan terlebih dahulu. Berikut adalah tabel yang menggambarkan tentang deskripsi hasil observasi terhadap 70 nasabah:

Tabel 1: Deskripsi Hasil Observasi Nasabah dalam Detik Selama 3 jam pada 3 *teller*

Nasabah	Lama	Nasabah	Lama	Nasabah	Lama	Nasabah	Lama	Nasabah	Lama
1	185	15	524	29	648	43	113	57	357
2	604	16	973	30	278	44	327	58	442
3	233	17	285	31	397	45	152	59	559
4	218	18	112	32	294	46	693	60	132
5	1028	19	248	33	666	47	175	61	112
6	1093	20	591	34	403	48	373	62	232
7	142	21	436	35	129	49	175	63	119
8	312	22	298	36	378	50	561	64	265
9	750	23	421	37	154	51	633	65	171
10	313	24	108	38	181	52	699	66	135
11	1354	25	437	39	505	53	386	67	241
12	260	26	217	40	1060	54	374	68	146
13	270	27	769	41	103	55	85	69	53
14	335	28	285	42	199	56	241	70	138



Gambar 1: *Exponential P-P Plot*

Dari gambar di atas, dapat diketahui bahwa waktu pelayanan nasabah terbukti berdistribusi ekponensial. Hasil ini diperkuat dengan hasil estimasi distribusi dari parameter yang memiliki nilai 0,003 yang berarti waktu pelayanan nasabah terdistribusi secara eksponensial pada tingkat keyakinan 95%. Adapun pada cabang Taman Duta Mas, bank "X" memiliki 12 *teller* (M) yang dibuka dan beroperasi setiap harinya kecuali pada saat salah seorang *teller* mengambil jatah cuti atau berhalangan hadir karena sakit atau faktor tidak terduga lainnya. Dengan asumsi 12 *teller* yang dibuka memiliki tingkat kepadatan antrian yang sama, maka penulis dapat menentukan besar tingkat kedatangan dan waktu pelayanan nasabah sebagai berikut:

Rata – rata tingkat kedatangan nasabah (λ) = $\dots \times 12 = 280$ nasabah / jam.

Rata – rata waktu pelayanan nasabah (μ) = $\dots / 3 = 28,7617 \approx 29$ nasabah / kasir

Dengan menggunakan tingkat kedatangan dan waktu pelayanan tersebut, penulis kemudian menghitung beberapa poin penting dalam penerapan model antrian yakni:

$$\begin{aligned} \text{Probabilitas tidak ada orang dalam sistem } (P_0) &= \frac{1}{\left[\sum_{n=0}^{M-1} \frac{1}{n!} \left(\frac{\lambda}{\mu} \right)^n \right] + \frac{1}{M!} \left(\frac{\lambda}{\mu} \right)^M \frac{M\mu}{M\mu - \lambda}} \\ &= 0,00005 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Rata – rata nasabah dalam sistem } (L_s) &= \frac{\lambda \mu \left(\frac{\lambda}{\mu} \right)^M}{(M-1)!(M\mu - \lambda)^2} P_0 + \frac{\lambda}{\mu} \\ &= 11,21730 \text{ orang} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Rata – rata nasabah dalam antrian } (L_q) &= L_s - \frac{\lambda}{\mu} \\ &= 1,56212 \text{ orang} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Rata – rata waktu nasabah menunggu dalam sistem } (W_s) &= \frac{L_s}{\lambda} \\ &= 0,04006 \text{ jam} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Rata – rata waktu nasabah menunggu dalam antrian } (W_q) &= \frac{L_q}{\lambda} \\ &= 0,00558 \text{ jam} \end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan di atas, dapat diketahui bahwa lama waktu menunggu nasabah di dalam sistem berdasarkan perhitungan sudah baik karena standar yang ditetapkan oleh bank tersebut adalah 15 menit per nasabah dalam sistem.

PEMBAHASAN

Dari hasil analisis tersebut dapat diketahui bahwa jumlah *teller* yang dibuka sudah cukup untuk memenuhi kebutuhan nasabah yang datang. Akan tetapi, pada kondisi faktual di lapangan, jumlah *teller* yang dibuka tersekat dengan fungsi yang berbeda – beda yakni: satu untuk melayani nasabah valuta asing, tiga untuk melayani nasabah kliring, empat untuk melayani nasabah bertransaksi besar (lebih dari Rp10.000.000,-), dua untuk melayani nasabah bertransaksi kecil (kurang dari Rp10.000.000,-) dan sisanya untuk nasabah lainnya.

Kondisi ini yang menyebabkan peneliti menemukan jumlah antrian yang cukup panjang pada fungsi – fungsi tertentu dan sebaliknya kondisi *idle* pada fungsi – fungsi yang lain. Oleh sebab itu berdasarkan hal – hal di atas, peneliti menyarankan agar pembagian fungsi – fungsi di bank tersebut ditiadakan atau jika memang harus ada, sebaiknya pembagian fungsi – fungsi tersebut lebih dioptimalkan sehingga dapat memperpendek jumlah antrian dan mempercepat lama menunggu dalam sistem nasabah pada fungsi – fungsi tertentu.

PENUTUP

Dalam penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan yakni periode penelitian yang relatif singkat sehingga jumlah sampel yang diambil tidak terlalu banyak pula. Selain itu pada penelitian ini juga memiliki keterbatasan lain yakni ketiadaan besar biaya menunggu dan biaya pelayanan. Kedua elemen ini bisa mempertegas optimalisasi sistem antrian pada Bank “X” cabang Taman Duta Mas dan dapat dijadikan acuan pada penelitian mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

Aritonang, Lerbin R. 2007. *Riset Pemasaran*. Jakarta. Ghalia Indonesia.

- Hasan, Irmayanti. 2011. *Model Optimasi Pelayanan Nasabah berdasarkan Metode Antrian (Queing System)*. Jurnal Keuangan dan Perbankan volume 15.
- Heizer, Jay dan Barry Render. 2006. *Operation Managements: Eighth Edition*. New Jersey. Prentice Hall.
- Hendrick, Thomas E. dan Franklin G. Moore. 2005. *Production or Operation Management: 9th edition*. Illinois. Richard D. Irwin Inc.
- Krajewski, Lee J., Larry P. Ritzman dan Manoj K. Malhotra. 2010. *Operation Management: Processes and Supply Chains (9th Edition)*. New Jersey. Prentice Hall.
- McMillan, J. H. dan Sally Schumacher. 2010. *Research in Education: Evidence-Based Inquiry (7th Edition)*. Boston. Pearson Education.
- Pangestu Subagyo, Marwas Asri dan T. Hani Handoko. 1993. *Dasar – dasar Operation Research: Edisi ke-2*. Yogyakarta. BPFE.
- Sarwono, Jonathan. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta. Graha Ilmu.
- Schroeder, Roger G. 2000. *Operation Managements: A Systems Approach*. Ohio. Thomson South-Western.
- Stevenson, William J. 2005. *Operations Management: 8th edition*. New York. McGraw-Hill.
- Sukanto Reksohadiprodjo. 1992. *Manajemen Produksi: Edisi ke-4*. Yogyakarta. BPFE.
- Supranto, Johannes. 2000. *Metode Ramalan Kuantitatif untuk Perencanaan Ekonomi dan Bisnis*. Jakarta. Rineka Cipta.
- Yusuf, Nilawaty. 2007. *Penerapan Model Antrian pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Cabang Gorontalo*. Jurnal Inovasi volume 4.

Main Organizer



Co Organizer



9 772302 777003