



UNIVERSITAS TARUMANAGARA

FAKULTAS EKONOMI

JAKARTA

SKRIPSI

**PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN DAN RISIKO TERHADAP
RETURN SAHAM PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK
INDONESIA (BEI)**

DIAJUKAN OLEH:

NAMA : VENICIA DHARMA WIJAYA

NPM : 115120056

UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT

GUNA MENCAPAI GELAR

SARJANA EKONOMI

2016

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

FAKULTAS EKONOMI

JAKARTA

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : VENICIA DHARMA WIJAYA
NO. POKOK MAHASISWA : 115120056
PROGRAM / JURUSAN : S1 / MANAJEMEN
MATA KULIAH POKOK : MANAJEMEN KEUANGAN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN
DAN RISIKO TERHADAP *RETURN* SAHAM
PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR DI
BURSA EFEK INDONESIA (BEI)

Jakarta, Januari 2016

Pembimbing

(Dr. Nuryasman MN, S.E., M.M.)

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI
JAKARTA**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI
SETELAH LULUS UJIAN SKRIPSI / KOMPREHENSIF

NAMA : VENICIA DHARMA WIJAYA
NO. POKOK MAHASISWA : 115120056
PROGRAM / JURUSAN : S1 / MANAJEMEN
MATA KULIAH POKOK : MANAJEMEN KEUANGAN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN
DAN RISIKO TERHADAP *RETURN* SAHAM
PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR DI
BURSA EFEK INDONESIA (BEI)

Tanggal: 26 Januari 2016 Ketua Penguji :

(Drs. Nyoman Suprastha, M.M.)

Tanggal: 26 Januari 2016 Anggota Penguji :

(Dr. Nuryasman MN, S.E., M.M.)

Tanggal: 26 Januari 2016 Anggota Penguji :

(Drs. I Gede Adi Putra, M.M.)

ABSTRACT

**TARUMANAGARA UNIVERSITY
FACULTY OF ECONOMY
JAKARTA**

- (A) Venicia Dharma Wijaya (115120056)
- (B) PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN DAN RISIKO TERHADAP
RETURN SAHAM PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR DI BURSA
EFEK INDONESIA (BEI)
- (C) xiii + 80 pages, 2016, tables 5, picture 1, attachments 3
- (D) *Management of Finance*
- (E) *Abstract: The purpose of this study is to examine an influence of customer satisfaction and risk to stock return on the Indonesia Stock Exchange period 2011-2014. This study used 124 company on Indonesia Stock Exchange and included in best 100 Indonesia Wealth Creators 2012 and 2014, also data input by software Eviews 6.0. Multiple regression analysis method is used to examine an influence of customer satisfaction and risk to stock return. The results indicate that partially variable customer satisfaction significant positive to stock return and variable risk not significant positive to stock return. While variable customer satisfaction and variable risk together are significant to stock return. The results also show that variable stock return can be explained by variable customer satisfaction and risk for 35,51%, while the rest for 64,49% can be explained by other variable that are not described in this study.*
- (F) *References list 46 (1972-2013)*
- (G) Dr. Nuryasman MN, S.E., M.M.

ABSTRAK

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI
JAKARTA

- (A) Venicia Dharma Wijaya (115120056)
- (B) PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN DAN RISIKO TERHADAP
RETURN SAHAM PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR DI BURSA
EFEK INDONESIA (BEI)
- (C) xiii + 80 halaman, 2016, tabel 5, gambar 1, lampiran 3
- (D) Manajemen Keuangan
- (E) Abstrak: Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara kepuasan pelanggan dan risiko terhadap *return* saham pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2014. Penelitian menggunakan 124 perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan termasuk dalam 100 Pencipta Kekayaan Terbaik di Indonesia, serta data di input dengan menggunakan *software Eviews 6 for windows*. Metode analisis regresi berganda digunakan untuk menguji pengaruh antara kepuasan pelanggan dan risiko terhadap *return* saham. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap *return* saham dan variabel risiko tidak berpengaruh positif terhadap *return* saham. Sedangkan secara bersama-sama variabel kepuasan pelanggan dan variabel risiko berpengaruh terhadap *return* saham. Hasil ini juga menunjukkan bahwa variabel *return* saham dapat dijelaskan oleh variabel kepuasan pelanggan dan variabel risiko sebesar 35,51%, sedangkan sisanya sebesar 64,49% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam penelitian ini
- (F) Daftar acuan 46 (1972-2013)
- (G) Dr. Nuryasman MN, S.E., M.M.

KATA PENGANTAR

Puji syukur dan terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat, rahmat, dan karunia-Nya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan tepat pada waktunya. Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara Jakarta.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menghadapi banyak permasalahan dan kesulitan. Tetapi berkat bimbingan, bantuan, dan dorongan semangat dari berbagai pihak, maka skripsi ini dapat diselesaikan. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Nuryasman MN, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan dan pengarahan yang sangat bermanfaat selama penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Sawidji Widodoatmodjo, S.E., M.M., M.B.A., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara Jakarta.
3. Bapak Dr. Ignatius Roni Setyawan, S.E., M.Si., selaku Ketua Jurusan S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara Jakarta.
4. Para dosen dan staf pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara yang telah membimbing dan memberikan bekal ilmu selama masa perkuliahan.

5. Keluarga tercinta, Papa, Mama, dan kedua kakak yang telah memberikan dukungan dan dorongan baik moril maupun materi kepada penulis selama perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini.
6. Elsa Livia, Mitchelly, Rita Amelinda, Christina Herman, Cindi Claudia, Freska Florensia, Aquiline Sanjaya, Wendy Febrio, William Wijaya, dan teman-teman lain yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memberikan dukungan, masukan, dan dorongan semangat selama penyusunan skripsi ini.
7. Teman sesama bimbingan yaitu Sofia Purnamasari dan Giorgio Rivano yang selalu bersama-sama saling membantu dalam proses penyusunan skripsi ini.
8. Teman-teman *qualified class batch 1* yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memberikan dukungan, doa, masukan, dorongan semangat selama penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu, penulis dengan hati terbuka bersedia menerima kritik dan saran membangun untuk menyempurnakan skripsi ini. Akhir kata, dengan segala kerendahan hati, penulis berharap skripsi ini dapat ikut menyumbangkan pengetahuan dan dapat bermanfaat bagi pembaca, khususnya mahasiswa/i Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara Jakarta.

Jakarta, Januari 2016

Venicia Dharma Wijaya

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Permasalahan	1
1. Latar Belakang	1
2. Identifikasi Masalah	5
3. Pembatasan Masalah	5
4. Perumusan Masalah	6
B. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
1. Tujuan Penelitian	6
2. Manfaat Penelitian	7
BAB II. LANDASAN TEORI	
A. Definisi Variabel	8
1. <i>Return</i> Saham	8
2. Kepuasan Pelanggan	9
3. Risiko	9
B. Kerangka Teori	10
1. Investasi	10
2. Pasar Modal	11

3. Saham	12
4. Return Saham	13
5. Kepuasan Pelanggan	15
6. Risiko	19
7. Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap <i>Return Saham</i> ..	20
8. Pengaruh Risiko terhadap <i>Return Saham</i>	21
C. Penelitian yang Relevan	21
D. Kerangka Pemikiran	24
E. Hipotesis	27
BAB III. METODE PENELITIAN	
A. Populasi dan Metode Pemilihan Sampel	29
B. Operasionalisasi Variabel	29
C. Teknik Pengumpulan Data	32
D. Teknik Analisis Data	32
BAB IV. ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
A. Deskripsi Subyek dan Obyek Penelitian	36
1. Subyek Penelitian	36
2. Obyek Penelitian	36
B. Hasil Analisis Data	37
1. Statistik Deskriptif	37
2. Uji Hausman	49
3. Analisis Regresi Berganda	51
4. Pengujian Hipotesis	53

C. Pembahasan	55
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	58
B. Saran	58
DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN	64
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	81

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Matriks Penelitian	21
Tabel 4.1	Hasil Statistik Deskriptif	37
Tabel 4.2	Hasil Estimasi Model Regresi <i>Random Effect</i>	49
Tabel 4.3	Hasil Estimasi Uji Hausman	50
Tabel 4.4	Hasil Analisis Regresi Berganda	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Skema Kerangka Pemikiran	27
------------	--------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Data <i>Return</i> , <i>RateCS</i> , dan <i>Risk</i> Periode 2011-2014	64
Lampiran 2	Data SWA 100: <i>Indonesia's Best Wealth Creators</i> 2012	75
Lampiran 3	Data SWA 100: <i>Indonesia's Best Wealth Creators</i> 2014	78

BAB I

PENDAHULUAN

A. Permasalahan

1. Latar Belakang

Krisis ekonomi tahun 2008 yang dialami oleh beberapa negara besar di dunia diantaranya negara-negara Eropa secara tidak langsung mempengaruhi perekonomian di Indonesia. Dampak krisis ekonomi global bagi Indonesia adalah perlambatan pertumbuhan ekonomi yang terjadi pada tahun 2008 sebesar 6,1% sedikit lebih rendah dibandingkan pada tahun 2007 sebesar 6,3%. Salah satu perlambatan pertumbuhan ekonomi yang terjadi yaitu pada kinerja Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) mengalami penurunan memasuki triwulan IV tahun 2008 di awal Oktober, IHSG mengalami penurunan signifikan karena krisis keuangan global dan kasus gagal bayar saham Grup Bakrie. Puncaknya, pada tanggal 8 Oktober 2008 IHSG terkoreksi 10,38 persen hingga menyentuh level 1.451,669. IHSG berada di posisi terendahnya di level 1.111,390 pada 28 Oktober 2008 (Kompas.com). Hal ini menyebabkan BEI mensuspenden perdagangan saham di seluruh pasar.

Krisis yang terjadi menggambarkan bahwa selain faktor fundamental, seperti pertumbuhan laba atau arus kas, faktor non-fundamental, seperti *investor sentiment* dan risiko, dapat menjadi komponen penting dari fluktuasi harga saham perusahaan. Fluktuasi harga saham yang terjadi merupakan suatu bentuk risiko atau

ketidakpastian yang dihadapi oleh investor dalam berinvestasi, karena investor tidak tahu dengan pasti hasil yang akan diperolehnya dari investasi yang dilakukan. Untuk menghindari hal tersebut, diperlukan kemampuan dan pengetahuan investor dalam memperkirakan risiko yang timbul dan *return* yang diharapkan dari investasi yang dilakukan.

Dalam berinvestasi umumnya investor memiliki sifat menghindari risiko (*risk averse*) sehingga investor akan berusaha mencari cara apapun agar dapat menghilangkan risiko. Akan tetapi risiko tidak dapat dihilangkan atau dihindari secara sepenuhnya sehingga Fabozzi (1999) membagi risiko dalam dua jenis, yaitu risiko sistematis dan risiko tidak sistematis.

Risiko sistematis atau risiko yang tidak dapat diversifikasi disebut juga dengan risiko pasar. Risiko ini berkaitan dengan kondisi yang terjadi di pasar dan mempengaruhi semua perusahaan baik swasta maupun negeri dan karenanya tidak dapat diversifikasi (dihindarkan). Risiko tidak sistematis atau disebut juga dengan risiko unik atau risiko spesifik. Dikatakan unik karena risiko ini lebih berkaitan dengan kondisi perusahaan secara individual.

Hasil penelitian Budialim (2013) menunjukkan bahwa secara parsial risiko berpengaruh signifikan terhadap *return* saham, sedangkan variabel lainnya (likuiditas, utang, profitabilitas, nilai buku ekuitas) tidak berpengaruh signifikan terhadap *return* saham.. Penelitian Miller dan Scholes (1972), Malkiel dan Xu (1997) menemukan bahwa terdapat

hubungan signifikansi linear antara risiko idiosinkratik dengan rata-rata *return*. Hasil penelitian Miller dan Malkiel menunjukkan bahwa hubungan antara risiko idiosinkratik dan rata-rata *return* lebih kuat daripada ukuran perusahaan dan *return*.

Kepuasan pelanggan adalah aset berbasis pasar yang terdokumentasi dengan baik. Secara umum, aset berbasis pasar timbul dari interaksi perusahaan dengan entitas di luar lingkungan dan berkontribusi untuk nilai pemegang saham (*shareholder value*) dengan mempercepat dan meningkatkan aliran kas, menurunkan volatilitas dan kerentanan arus kas, serta meningkatkan nilai sisa arus kas (Srivastava et al. 1998). *American Customer Satisfaction Index* (ACSI) Model adalah struktur model di Amerika yang didasarkan pada asumsi bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti kualitas yang dirasakan, nilai yang dirasakan, dan harapan pelanggan. Kualitas yang dirasakan adalah ukuran pasca pembelian untuk mengukur keandalan dan kustomisasi yang dicapai oleh produk perusahaan. Nilai yang dirasakan menjadi pengukur penilaian kualitas pelanggan yang relatif terhadap harga produk. Harapan pelanggan menunjukkan kemungkinan pembelian kembali. Model ini juga memprediksi hasil kepuasan pelanggan. Hasil kepuasan pelanggan merupakan faktor konsekuensi seperti nilai atau loyalitas pelanggan (Johnson et al. 2001). Fornell et al. (1996) menunjukkan bahwa ACSI berhubungan positif dengan niat pembelian kembali dan loyalitas. Pengukuran *Customer Satisfaction*

Index (CSI) tercermin pada tingkat kinerja perusahaan itu sendiri, yang juga merupakan kinerja sektor industri dan ekonomi di tingkat makro yang dipengaruhi secara nasional. Menurut Fornell (Fornell, 1992; Fornell et al., 1996), *Customer Satisfaction Index* (CSI) telah digunakan sebagai indikator model pengukuran ekonomi nasional.

Fornell et al. (2006), misalnya, menunjukkan bahwa investasi dalam saham perusahaan dengan tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi memperoleh *return* tinggi dengan risiko rendah, bertentangan dengan gagasan standar keuangan risiko yang tinggi harus dikompensasi oleh *return* yang lebih tinggi (*high risk high return*). Fornell et al. menemukan bahwa peningkatan peringkat 1% di *American Customer Satisfaction Index* (ACSI), nilai pasar perusahaan naik menjadi 4,6% dan hal itu membuat investor bereaksi terhadap perubahan laporan kepuasan pelanggan. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi dapat berfungsi sebagai penyangga terhadap risiko sentimental pergerakan harga saham tersebut dan mengurangi dampak negatif terhadap nilai pasar perusahaan dari koreksi harga saham yang biasanya mengikuti periode tinggi *investor sentiment*. Penelitian Fornell et al. (2006) menemukan bahwa ACSI signifikan terhadap harga pasar ekuitas serta hasil ACSI tidak menggerakkan harga saham.

Berdasarkan latar belakang di atas, tujuan dari penelitian ini adalah menguji pengaruh kepuasan pelanggan dan risiko terhadap *return* saham. Dengan ini dilakukan kajian atas hal tersebut dengan judul

“PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN DAN RISIKO TERHADAP *RETURN* SAHAM PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI)”

2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka identifikasi masalah meliputi faktor-faktor dari dalam dan luar perusahaan terhadap *return* saham pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia:

- 1) Kepuasan pelanggan sebagai penyangga risiko pergerakan sentimental harga saham dan mengurangi dampak negatif terhadap nilai pasar perusahaan.
- 2) ACSI berhubungan positif dengan niat pembelian kembali dan loyalitas.
- 3) Peringkat ACSI menimbulkan kenaikan nilai pasar perusahaan.
- 4) Hubungan positif antara rata-rata *return* dan risiko idiosinkratik.
- 5) Risiko berpengaruh terhadap *return* saham.

3. Pembatasan Masalah

Dalam penelitian ini, peneliti membatasi permasalahan pada pengaruh kepuasan pelanggan dan risiko terhadap *return* saham perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode tahun 2011-2014. Kepuasan pelanggan menggunakan data SWA 100 *Indonesia's Best Wealth Creators* 2011-2014. **Peneliti juga membatasi permasalahan pada pengaruh variabel yang ada**

dengan subjek saham perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode yang sama sebanyak 124 perusahaan.

4. Perumusan Masalah

Berdasarkan topik penelitian di atas, dirumuskan beberapa masalah sebagai berikut:

- a. Apakah terdapat pengaruh kepuasan pelanggan terhadap *return* saham perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)?
- b. Apakah terdapat pengaruh risiko terhadap *return* saham perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)?
- c. Apakah terdapat pengaruh kepuasan pelanggan dan risiko terhadap *return* saham perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)?

B. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan bukti empiris mengenai:

- a. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap *return* saham perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).
- b. Untuk mengetahui pengaruh risiko terhadap *return* saham perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).
- c. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan dan risiko terhadap *return* saham perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

2. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi kepada pihak-pihak tertentu. Pertama bagi peneliti berikutnya, hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk melihat konsistensi hasil penelitiannya sehingga bermanfaat sebagai bahan pembandingan hasil-hasil penelitian yang sejenis. Kedua bagi pengguna laporan keuangan, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai informasi dalam pengambilan keputusan. Ketiga bagi para pembaca, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan dapat dijadikan sebagai referensi bagi pembaca yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut mengenai pengaruh kepuasan pelanggan dan investor sentiment terhadap stock returns. Keempat bagi para investor, hasil penelitian ini diharapkan untuk tidak meremehkan kembali nilai yang diciptakan oleh kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajie, Veno. 2003. Kandungan Informasi Kerugian dan Hubungannya dengan Pergerakan *Return Saham* (Studi Empiris pada Bursa Efek Jakarta). *Jurnal Riset Akuntansi Indonesia* , Vol. 6, No. 2, Mei, hal. 169-185.
- Bodie, Zvi, Alex Kane & Alan J. Marcus, *Essentials of Investment, 2nd edition*, Richard D. Irwin Inc, US, 1995, hlm 3
- Brigham, E. F dan Houston, 2006, *Fundamentals of financial management Eighth Edition*, Florida: Harcourt Inc. hlm 410
- _____, 2006. Dasar-dasar Manajemen Keuangan, Edisi Sepuluh, Alih Bahasa Ali Akbar Yulianto, Penerbit Salemba Empat, Jilid I, Jakarta. hlm 215.
- Brooks, Raymond. 2013. *Financial Management Core Concepts, Second Edition*, England: Pearson.
- Budidialim, Giovanni. (2013). Pengaruh Kinerja Keuangan & Risiko Terhadap *Return Saham Sector Costumer Goods* di BEI periode 2007-2011. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, 2(1): h:1-22.
- Darmadji Tjipto dan Hendry M Fakhrudin, 2001. *Pasar Modal di Indonesia*, Jakarta: Salemba Empat. hlm 5
- Fornell, C., Johnson, M. D., Anderson, E. W., Cha, J., & Bryant, B. E. (1996). *The American customer satisfaction index: nature, purpose, and findings. Journal of Marketing*, 60(4), 7-18.
- _____, C., Mithas, S., Morgeson, F. V., III, & Krishnan, M. S. (2006). *Customer satisfaction and stock prices: high returns, low risk. Journal of Marketing*, 70(1), 3-14.
- Francis, Jack C., *Investment: Analysis and Management*, 5th edition, McGraw-Hill Inc., Singapore, 1991, hlm 1

- Frank J. Fabozzi, 1999. *Manajemen Investasi*, Edisi Indonesia, Jakarta: Salemba Empat.
- Giese, J. L. And J. A. Cote. 2000. *Defining Customer Satisfaction*. *Academy of Science Review*.
- Griffin, Jill. 2002. *Customer Loyalty How to Earn It, How to Keep It*. Kentucky: McGraw-Hill.
- Guilitnan, Joseph, P, Paul, Gordon W and Madden, Thomas J.1997. *Marketing Management*.6th edition. McGraw-Hill Companies, p.6
- Gujarati, Damodar, 2003, *Ekonometri Dasar*. Terjemahan: Sumarno Zain, Jakarta: Erlangga.
- Gumanti, Tatang Ary. 2011. *Manajemen Investasi*. Bogor: Mitra Wacana Media.
- Hartono, Jogyanto. 2000. *Teori Portofolio dan Analisis Investasi Edisi Kedua*. Yogyakarta: BPFÉ–UGM.
- _____. 2003. *Teori Portofolio dan Analisis Investasi Edisi Ketiga*. Yogyakarta: BPFÉ–UGM. hlm 131
- _____. 2009. *Teori Portofolio dan Analisis Sekuritas Edisi Keenam*. Yogyakarta : BPFÉ–UGM. hlm 199
- Kotler, Philip. 2003. *Marketing Management, 11th Edition*. Prentice Hall Int'l, New Jersey, p.138
- _____. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat
- Malkiel, B.G., dan Xu, Y. (1997). *Risk and return revisited: The volatility of individual stocks and the predictability of returns—some surprising patterns*. *Journal of Portfolio Management* (Spring), 9-14.

- Merrin P., Robert, Hoffman, Arvid O. I., & Pennings, Joost M. E., (2012). *Customer satisfaction as a buffer against sentimental stock-price corrections. Springer Science+Business Media New York*, 24:13-27.
- Miller, M.H., dan Scholes, M. (1972), *Rates of return in relation to risk: A re-examination of some recent findings, in Michael Jensen, ed: Studies in the Theory of Capital Markets (Praeger)*, 47-78.
- Muhardi, Werner. (2013). Pengaruh *Idiosyncratic risk* dan Likuiditas Saham Terhadap *Return Saham*. *Jurnal Universitas Surabaya*. Vol. 15, No. 1, Maret 2013, 33-40.
- O'Sullivan, D., Hutchinson, M. C., & O'Connell, V. (2009). *Empirical evidence of the stock market's (mis) pricing of customer satisfaction. International Journal of Research in Marketing*, 26(2), 154-161.
- Reilly, Frank K & Keith C. Brown. 2000. *Investment Analysis and Fortofolio Management, Sixth Edition*, New York: The Dryden Press
- _____. *Investment Analysis and Portfolio Management, 7th edition, Thomson South-Western Inc., US, 2003, p.5*
- Rusdin. 2008. *Pasar Modal Cetakan Kedua*. Bandung: Alfabeta. hlm 1
- Srivastava, R. K., Shervani, T. A., & Fahey, L. (1998). *Market based assets and shareholder value: a framework for analysis. Journal of Marketing*, 62(1), 2-18.
- Suad, Husnan. 1994. *Dasar-dasar Teori Portofolio Edisi Kedua*. Yogyakarta: AMP YKPN.
- _____. 2003. *Manajemen Keuangan Teori dan Penerapan Edisi Keempat*. Yogyakarta: BPFE.
- Supranto, J. 2000. *Statistik Teori dan Aplikasi, Edisi Keenam*. Jakarta: Erlangga. hlm 7

_____. 2000. Statistik Teori dan Aplikasi, Edisi Keenam. Jakarta: Erlangga.
hlm 179

Tandelilin, Eduardus. 2001. Analisis Investasi dan Manajemen Portofolio Edisi
Pertama. Yogyakarta: BPFÉ.

_____. 2010. Portofolio dan Investasi Teori dan Aplikasi.
Yogyakarta: BPFÉ.

Van Horne, James C. dan John M. Wachowicz, Jr., 1997, Prinsip-prinsip
Manajemen Keuangan, Alih Bahasa: Heru Sutojo, Buku Satu, Edisi
Kesembilan, Jakarta: Salemba Empat

Wilkie, William L. 1994. *Consumer Behavior*. New York: Third Edition, Jhon
Wiley & Sons Inc.

Winarno, Wing Wahyu. 2009. Analisis Ekonometrika dan Statistika dengan Eviews
Edisi Kedua. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.

Zeithaml, Valarie A and Bitner, Mary Jo. *Service Marketing*. Singapore: McGraw-
Hill Companies Inc.: 3-287. 2000.

_____. New York:
McGraw Hill Inc, *Int'l Edition*, , 2003, p.85

www.swa.co.id

www.finance.yahoo.com

www.kompas.com

www.bloomberg.com