



UNIVERSITAS
KRISTEN
MARANATHA



SEMINAR
NASIONAL
CALL FOR
PAPER

SEMINAR NASIONAL

AND

CALL FOR PAPER

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KRISTEN MARANATHA

PROCEEDING

ISBN : 978-979-19940-3-3

SEMINAR NASIONAL AND **CALL FOR PAPER**

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KRISTEN MARANATHA

PROCEEDING

CALL FOR PAPER

**ECONOMIC GLOBALIZATION:
TREND & RISK FOR
DEVELOPING COUNTRY**

**"The Impact of ASEAN Economic Community 2015:
Opportunities & Benefits
For Indonesians Entrepreneurs"**

BANDUNG, 22 - 24 MEI 2014

ISBN : 978-979-19940-3-3

SEMINAR NASIONAL DAN CALL FOR PAPER

FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS KRISTEN MARANATHA

**"THE IMPACT OF ASEAN COMMUNITY 2015: OPPORTUNITIES AND BENEFITS
FOR INDONESIANS ENTREPRENEURS"**

SUSUNAN KEPANITIAAN:

Penanggungjawab:	Dekan Fakultas Ekonomi
Penasehat:	Ketua Jurusan Akuntansi & Manajemen
Ketua Panitia:	Lidya Agustina, S.E, M.Si., Ak.
Sekretaris:	Kartika Imasari, S.E., M.M.
Bendahara:	Verani Carolina, S.E., M.Ak., Ak.
Sie Acara:	Tan Kwang En, S.E., M.Si., Ak. Endah Purnamasari, S.E., M.Ak., Ak. Oktavianti, S.E., M.S.Ak., Ak. Sri Zaniarti, S.E., M.M.
Sie Kesekretariatan:	Meyliana, S.E., M.Si., Ak. Elyzabeth I. Marpaung, S.E., M.Si., Ak. Christine Dwi Karya Susilawati, S.E., M.Si., Ak. Ariesya Aprillia, S.E., M.Si. Yuliana Gunawan, S.E., M.Si. Amelina Apricia Sjam, S.E., M.M.
Sie Konsumsi:	Lauw Tjun Tjun, S.E., M.Si. Felicia Abednego, S.E., M.Si.
Sie Perlengkapan dan Dokumentasi:	Andhi Sukma, S.E., M.M. Ardian Hoppin Sinaga, S.H.
Sie Sponsorship, Transportasi, dan Akomodasi:	Anthonius, S.E., M.M.

DAFTAR REVIEWER DAN JURI

Nama Reviewer dan Juri	Asal Institusi
Prof. Ir. H. Jann Hidajat Tjakraatmadja, MSIE.	Institut Teknologi Bandung
Dr. Jahja Hamdani ,S.E., M.M.	Universitas Kristen Maranatha
Dr. (cand.) Agus Aribowo, S.E., M.M.	Universitas Kristen Maranatha
Dr. Iyus Wiadi, M.P.A.	Universitas Paramadina
Dr. Yusuf Osman Raihin, M.M.	Universitas Kristen Maranatha
Prof. Dr. Marcellia Susan, S.E., M.T.	Universitas Kristen Maranatha
Dr. Drs. Timbul Hamonangan, M.A.	Universitas Kristen Maranatha
Dr. Mathius Tandiontong, S.E., M.M., Ak.	Universitas Kristen Maranatha
Dr. Sumarno Zain, S.E., MBA., Ak.	President University
Prof. Dr. Hj. Winwin Yadiati, S.E.,M.S., Ak.	Universitas Padjajaran
Prof. Dr Wilson Bangun, S.E., M.Si.	Universitas Kristen Maranatha

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus, atas segala berkat dan pertolonganNya sehingga Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha dapat melaksanakan Seminar Nasional dan *Call for Paper* 2014 dengan topik **"THE IMPACT OF ASEAN COMMUNITY 2015: OPPORTUNITIES AND BENEFITS FOR INDONESIANS ENTREPRENEURS"** serta tersusunnya *Proceeding Call for Paper* ini.

Penyelenggaraan Seminar Nasional dan *Call for Paper* ini merupakan salah satu upaya di kalangan akademisi untuk berbagi ilmu dan informasi mengenai hasil penelitian di bidang manajemen dan akuntansi.

Kami menyadari bahwa dalam pelaksanaan kegiatan Seminar Nasional dan *Call for Paper*, serta dalam penyajian *proceeding* ini masih jauh dari sempurna, namun kami telah berupaya untuk memberikan yang terbaik dan kami harap *proceeding* ini dapat memberikan kontribusi positif bagi pihak-pihak yang memerlukan.

Semoga *Proceeding* Seminar Nasional dan *Call for Paper* ini dapat bermanfaat bagi semua kalangan yang terkait dan yang berkepentingan.

Bandung, Mei 2014

Lidya Agustina, S.E., M.Si., Ak.
Ketua Panitia

**DAFTAR PESERTA SEMINAR NASIONAL DAN CALL FOR PAPER
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS KRISTEN MARANATHA
"THE IMPACT OF ASEAN COMMUNITY 2015: OPPORTUNITIES AND BENEFITS FOR
INDONESIANS ENTREPRENEURS"**

1. Institut Bisnis dan Informatika Indonesia	Jakarta
2. Institut Teknologi Harapan Bangsa	Bandung
3. Politeknik Negeri Malang	Malang
4. Prasetya Mulya Business School	Jakarta
5. STIE Ekuitas Bandung	Bandung
6. STIE Harapan Bangsa	Bandung
7. STIE Pengembangan Bisnis dan Manajemen	Jakarta
8. Universitas Bina Darma	Palembang
9. Universitas Brawijaya	Malang
10. Universitas Bunda Mulia	Jakarta
11. Universitas Ciputra	Surabaya
12. Universitas Diponegoro	Semarang
13. Universitas Esa Unggul	Jakarta
14. Universitas Gadjah Mada	Yogyakarta
15. Universitas Hasanuddin	Makassar
16. Universitas HKBP Nommensen (UHN) Medan	Medan
17. Universitas Indonesia	Jakarta
18. Universitas Islam Indonesia	Yogyakarta
19. Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah	Jakarta
20. Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya	Jakarta
21. Universitas Katolik Parahyangan	Bandung
22. Universitas Katolik Widya Mandala	Surabaya
23. Universitas Kristen Krida Wacana	Jakarta
24. Universitas Kristen Maranatha	Bandung
25. Universitas Mataram	Mataram
26. Universitas Muhammadiyah Magelang	Magelang
27. Universitas Muhammadiyah Surakarta	Surakarta
28. Universitas Mulawarman	Samarinda
29. Universitas Negeri Malang	Malang
30. Universitas Negeri Surabaya	Surabaya
31. Universitas Pakuan	Bogor
32. Universitas Riau	Riau Pekanbaru
33. Universitas STIKUBANK	Semarang
34. Universitas Swadaya Gunung Jati	Cirebon
35. Universitas Tarumanagara	Jakarta
36. Universitas TELKOM	Bandung
37. Universitas Widyatama	Bandung

SUSUNAN ACARA
SEMINAR NASIONAL & CALL FOR PAPER
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS KRISTEN MARANATHA
"THE IMPACT OF ASEAN ECONOMIC COMMUNITY 2015: OPPORTUNITIES & BENEFITS FOR INDONESIANS ENTREPRENEURS"

BTC FASHION HOTEL & BTC FASHION MALL BANDUNG 22 – 24 MEI 2014

HARI, TANGGAL	WAKTU	KEGIATAN	TEMPAT
Kamis, 22 Mei 2014	12.00 - ~	<i>Check In</i>	BTC Hotel (Lobby Hotel Floor)
	17.30 – 18.00	<i>Registrasi Gala Dinner</i>	Blessing Room
	18.00 – 21.00	<i>Gala Dinner & Calung Performance</i>	(BTC Fashion Mall 6 th Floor)
Jumat, 23 Mei 2014	06.30 – 07.30	<i>Breakfast</i>	Restoran BTC Hotel (Lobby Hotel Floor)
	07.30 – 08.00	Registrasi Seminar Nasional	Blessing Room (BTC Fashion Mall 6 th Floor)
	08.00 – 08.25	Pembukaan	
	08.25 – 11.35	Seminar Nasional Pembicara 1: Prof. Rhenald Kasali, Ph.D. (Guru Besar Bidang Ilmu Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, Praktisi Bisnis & Penulis) Pembicara 2: Dr. Rizal Ramli (Mantan Menteri Koordinator Perekonomian & Presiden Komisaris PT. Semen Gresik, Tbk.)	
	11.35 – 13.00	<i>Lunch</i>	Restoran BTC Hotel (Lobby Hotel Floor)
	13.00 – 19.00	<i>Parallel Session Track Call for Paper</i> (<i>Coffee Break</i> sesuai masing-masing ruang presentasi <i>Call for Paper</i>)	Ruang Azalea 1 & 2 (BTC Fashion Mall, P1 Floor) Ruang Tulip 1 & 2 (BTC Hotel, Lobby Hotel Floor)
	19.00 – 20.00	<i>Dinner</i>	Restoran BTC Hotel (Lobby Hotel Floor)
Sabtu, 24 Mei 2014	06.30 – 07.30	<i>Breakfast</i>	Restoran BTC Hotel (Lobby Hotel Floor)
	07.30 – 11.00	<i>Best Paper Presentation</i>	Ruang Tulip 1 & 2 (BTC Hotel, Lobby Hotel Floor)
	11.00 – 11.20	Pengumuman & Penyerahan Hadiah <i>Best Paper</i>	
	11.20 – 11.30	Penutupan	
	11.30 – 12.30	<i>Lunch & Check Out</i>	Restoran BTC Hotel (Lobby Hotel Floor)

JADWAL PRESENTASI CALL FOR PAPER
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS KRISTEN MARANATHA
"THE IMPACT OF ASEAN ECONOMIC COMMUNITY 2015: OPPORTUNITIES &
BENEFITS FOR INDONESIANS ENTREPRENEURS"

BTC HOTEL & BTC FASHION MALL BANDUNG 23 MEI 2014

RUANG AZALEA 1 (BTC FASHION MALL, P1 FLOOR)

SESI 1 13.00 - 15.45

KATEGORI: ENTREPRENEURSHIP

JURI: PROF. Ir. H. JANN HIDAJAT TJAKRAATMADJA, MSIE.

MODERATOR: HANNY, S.E., M.Si., AK.

RUANG AZALEA 1 (BTC FASHION MALL, P1 FLOOR)

SESI 2 16.00 - 17.45

KATEGORI: ENTREPRENEURSHIP

JURI: DR. JAHJA HAMDANI, S.E., M.M.

MODERATOR: TEDY WAHYUSAPUTRA, S.E., M.M.

RUANG AZALEA 1 (BTC FASHION MALL, P1 FLOOR)

SESI 3 18.00 - 18.45

KATEGORI: OPERATION MANAGEMENT

JURI: DR. JAHJA HAMDANI, S.E., M.M.

MODERATOR: TEDY WAHYUSAPUTRA, S.E., M.M.

RUANG AZALEA 2 (BTC FASHION MALL, P1 FLOOR)

SESI 1 13.00 - 15.00

KATEGORI: MARKETING MANAGEMENT

JURI: DR. (CAND.) AGUS ARIBOWO, S.E., M.M.

MODERATOR: RULLY ARLAN T., S.E., M.Si.

RUANG AZALEA 2 (BTC FASHION MALL, P1 FLOOR)

SESI 2 15.15 - 16.45

KATEGORI: MARKETING MANAGEMENT

JURI: DR. IYUS WIADI, M.P.A.

MODERATOR: RULLY ARLAN T., S.E., M.Si.

RUANG AZALEA 2 (BTC FASHION MALL, P1 FLOOR)

SESI 2 17.00 - 18.45

KATEGORI: HUMAN RESOURCE MANAGEMENT MODERATOR: ANA MARIANA, S.E., M.Si.

JURI: DR. YUSUF OSMAN RAIHIN, S.E., M.M.

RUANG TULIP 1 (BTC HOTEL, LOBBY HOTEL FLOOR)

SESI 1 13.00 - 16.15

KATEGORI: FINANCIAL MANAGEMENT

JURI: PROF DR. MARCELLIA SUSAN, S.E., M.T.

MODERATOR: SURYA SETYAWAN, S.E., M.Si.

RUANG TULIP 1 (BTC HOTEL, LOBBY HOTEL FLOOR)

SESI 2 16.30 - 18.45

KATEGORI: GENERAL ECONOMICS

JURI: DR. MATHIUS TANDIONTONG, S.E., M.M., Ak

MODERATOR: CANDRA SINUARAYA, S.E., M.Si.

RUANG TULIP 2 (BTC HOTEL, LOBBY HOTEL FLOOR)

SESI 1 13.00 - 15.45

KATEGORI: ACCOUNTING

JURI: DR. TIMBUL HAMONANGAN, M.A.

MODERATOR : RIKI MARTUSA, S.E., M.Si., AK.

RUANG TULIP 2 (BTC HOTEL, LOBBY HOTEL FLOOR)

SESI 2 16.00 - 18.15

KATEGORI: ACCOUNTING

JURI: DR. SUMARNO ZEIN, SE., MBA., Ak.

MODERATOR : SANTY SETIAWAN, S.E., M.Si., AK.

DAFTAR ISI

Halaman

Susunan Kepanitiaan.....	ii
Daftar Juri dan <i>Reviewer</i>	iii
Kata Pengantar.....	iv
Daftar Peserta Seminar.....	v
Susunan Acara.....	vi
Jadwal Presentasi Call for Paper.....	vii
Daftar Isi.....	viii
BARANG PUBLIK DAN EKSTERNALITAS PADA ERA OTONOMI DAERAH.....	1
PENGARUH LEVERAGE, BONUS PLAN, DAN KEKUATAN BURUH TERHADAP KEBIJAKAN AKUNTANSI.....	2
PENGARUH KEKUATAN BURUH TERHADAP KEBIJAKAN AKUNTANSI YANG DIMODERASI KEPEMILIKAN MANAJERIAL.....	3
MISTERI RENDAHNYA TINGKAT KEHADIRAN MAHASISWA JURUSAN MANAJEMEN ANGKATAN 2010 (STUDI KASUS MAHASISWA MANAJEMEN FE UII YOGYAKARTA).....	4
MEMBANGUN <i>SUSTAINABLE ENTREPRENEURSHIP</i> UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING GLOBAL.....	5
ANALISIS HUBUNGAN KEPUASAN KERJA DENGAN KOMITMEN ORGANISASIONAL SERTA PENGARUHNYA TERHADAP KEINGINAN KELUAR.....	6
ANALISIS PERBEDAAN TINGKAT KREATIVITAS SEBELUM DAN SESUDAH MENGIKUTI PENGAJARAN MATA KULIAH KEWIRAUSAHAAN (STUDI PADA MAHASISWA JURUSAN MANAJEMEN UNIVERSITAS KRISTEN MARANATHA.....	7
8 PRINSIP MANAJEMEN MUTU DALAM REALITA PENERAPAN ISO 9001:2008 DI UNIVERSITAS X BANDUNG.....	8
LOYALITAS WISATAWAN TERHADAP PEMILIHAN OBYEK WISATA GUNA PENINGKATAN PENDAPATAN ASLI DAERAH.....	9

GLOBALISASI DAN KESEJAHTERAAN: STUDI KASUS 33 PROVINSI DI INDONESIA.....	10
ANGGARAN PARTISIPASI DAN KARAKTER INDIVIDU.....	11
PENGARUH PERILAKU KONSUMEN, FAKTOR SOSIAL DAN BIAYA TERHADAP MASUKNYA RITEL ASING DI INDONESIA.....	12
PENINGKATAN AKSESIBILITAS KEUANGAN BAGI UKM UNTUK MEMANFAATKAN LALU-LINTAS MODAL MASYARAKAT EKONOMI ASEAN 2015.....	13
PENGARUH PENGUNGKAPAN CSR TERHADAP <i>AGGRESSIVE TAX AVOIDANCE</i>	14
<i>TECHNOPRENEURSHIP</i> : STRATEGI INDONESIA MENJAWAB TANTANGAN <i>ASEAN ECONOMIC COMMUNITY</i> 2015.....	15
PENINGKATAN KETRAMPILAN MANAJERIAL PEREMPUAN DALAM MENGELOLA UKM UNTUK MENGHADAPI MASYARAKAT EKONOMI ASEAN 2015	16
PERAN ELEMEN CORPORATE GOVERNANCE DALAM NILAI PERUSAHAAN DAN WAKTU PENYAMPAIAN LAPORAN KEUANGAN (STUDI PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR DI BURSA EFEK INDONESIA.....	17
PENGARUH <i>PSYCHOLOGICAL CONTRACT BREACH</i> DAN <i>PROCEDURAL INJUSTICE</i> TERHADAP <i>ORGANIZATIONAL COMMITMENT</i> DAN DAMPAKNYA TERHADAP INTENSI BERWIRSAUSAHA YANG DIMODERASI OLEH SIKAP PROAKTIF, STUDI PADA KARYAWAN DI BIDANG ASURANSI, IT DAN PERPAJAKAN DI JAKARTA.....	18
GLOBALISASI EKONOMI: KORPORATISASI PERGURUAN TINGGI (PERAN AKUNTANSI DALAM TINJAUAN TEORI KRITIS HABERMAS).....	19
PEMETAAN INDUSTRI KREATIF: DALAM MENINGKATKAN PERTUMBUHAN EKONOMI KAWASAN URBAN DI KOTA PALEMBANG.....	20
ANALISIS <i>CO-MOVEMENT</i> PASAR MODAL DI ASEAN-5: METODE <i>MINIMUM SPANNING TREE</i>	21
PERAN KEPEMILIKAN INSTITUSIONAL, KOMISARIS INDEPENDEN, KOMITE AUDIT DAN AUDITOR EKSTERNAL TERHADAP INTEGRITAS LAPORAN KEUANGAN (PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BEI PADA PERIODE 2010-2012)	22
EFEKTIFITAS PENINGKATAN "FINANCIAL DISCLOSURE" MELALUI PENERAPAN IFRS.....	23
TUJUH KARAKTERISTIK <i>ENTREPRENEUR</i> BERPERAN MENGEMBANGKAN BISNIS MAHASISWA JURUSAN AKUNTANSI UNIVERSITAS CIPUTRA.....	24

IKLIM INVESTASI NEGARA-NEGARA ASEAN MENUJU ASEAN ECONOMIC COMMUNITY (AEC): INVESTASI LANGSUNG LUAR NEGERI (FDI)	25
INTERACTIVE CONTROL SYSTEM, KINERJA, DAN INOVASI: STUDI KASUS PADA SEBUAH PROGRAM STUDI AKUNTANSI DI SURABAYA.....	26
DECISION MAKING FROM THE PERSPECTIVE OF BEHAVIORAL FINANCE.....	27
APAKAH ENTREPRENEURS INDONESIA DAPAT BERSAING DI AEC 2015?: POTENSI EKONOMI INDONESIA.....	28
ANALISIS PERBANDINGAN KARAKTERISTIK KEWIRAUSAHAAN DALAM DIRI PARA WIRAUSAHAWAN MUDA (YOUNG ENTREPRENEURS) (STUDI KASUS PADA ALUMNI FIABIKOM-UAJ DAN PELAKU INDUSTRI KREATIF DI WILAYAH DKI JAKARTA).....	29
PENGUKURAN KUALITAS LAYANAN UNIT KERJA TEKNOLOGI INFORMASI MENUJU STRATEGI TATA KELOLA ORGANISASI: STUDI KASUS	30
LEMBAGA KEUANGAN MIKRO DAN TINGKAT PENGEMBALIAN PINJAMAN: SEBUAH PERSPEKTIF PEREMPUAN PENGUSAHA MIKRO DALAM MENINGKATKAN KESEJAHTERAAN.....	31
SEJARAH PERUSAHAAN DAN PERUSAHAAN KELUARGA DI INDONESIA: IMPLIKASINYA TERHADAP STUDI PERUSAHAAN KELUARGA DI INDONESIA	32
INDUSTRI PARIWISATA RAJA AMPAT DAN AEC 2015: ANALISIS POTENSI.....	33
DIMENSI KEWIRAUSAHAAN PEDAGANG PEREMPUAN DI PASAR SEHAT PIYUNGAN, KABUPATEN BANTUL, YOGYAKARTA.....	34
PENGARUH SERVICE QUALITY DAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN.....	35
ANALISIS FAKTOR-FAKTOR MAKRO YANG BERPEGARUH TERHADAP PERDAGANGAN INDONESIA DENGAN CINA DALAM USAHA MERESPON PASAR BEBAS TAHUN 2020.....	36
PENGARUH KEBIJAKAN PENDANAAN DAN RISIKO TERHADAP KEBIJAKAN PEMBIAYAAN: STUDI EMPIRIS PADA BANK SYARIAH DI INDONESIA.....	37
PENGARUH SIMPANAN (DPK), KECUKUPAN MODAL (CAR), RISIKO KREDIT (NPF), DAN PEMBIAYAAN BAGI HASIL TERHADAP PROFITABILITAS BANK SYARIAH DI INDONESIA.....	38

PEMBERDAYAAN PEREMPUAN MISKIN MELALUI PENGEMBANGAN KEWIRAUSAHAAN PADA INDUSTRI RUMAHAN PEMBUATAN IKAN SALAI DI KOTA PALEMBANG.....	39
DAMPAK KONVERGENSI STANDAR AKUNTANSI KEUANGAN TERHADAP <i>INTERNATIONAL FINANCIAL REPORTING STANDARDS (IFRS)</i> PADA PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA (STUDI KASUS PERUSAHAAN MANUFAKTUR)	40
PENGEMBANGAN SUMBER DAYA MANUSIA BAGI PENGUSAHA PEREMPUAN DALAM MENINGKATKAN EKONOMI KREATIF (STUDI KASUS INDUSTRI KERAJINAN TENUN SONGKET DI KOTA PALEMBANG).....	41
PERAN KARAKTER <i>PASSION</i> DAN <i>MARKET SENSITIVITY</i> DALAM <i>STARTUPBUSINESS</i> UDIFER BAGS.....	42
PENGARUH PENERAPAN PERATURAN PEMERINTAH NOMOR 46 TAHUN 2013 TENTANG PAJAK PENGHASILAN ATAS PENGHASILAN DARI USAHA YANG DITERIMA ATAU DIPEROLEH WAJIB PAJAK YANG MEMILIKI PEREDARAN BRUTO TERTENTU TERHADAP PERENCANAAN PERPAJAKAN.....	43
MODEL PERSAINGAN, PERILAKU DAN PERFORMA PASAR INDUSTRI PERBANKAN INDONESIA BERBASIS KONSENTRASI PASAR & CAMEL UNTUK PEROLEHAN INFORMASI FUNDAMENTAL BAGI PUBLIK.....	44
ANALISIS PERBEDAAN <i>CREDIT CARD USAGE</i> , <i>MONEY ATTITUDES</i> , DAN <i>FINANCIAL BEHAVIOR</i> BERDASARKAN <i>GENDER</i>	45
PERAN <i>CAUSE-IMPORTANCE</i> DAN <i>CAUSE-PROXIMITY</i> TERHADAP NIAT BERBELANJA-ULANG DI TOKO (SUATU STUDI EKSPERIMEN).....	46
DAMPAK TINGKAT KONSENTERASI TERHADAP KINERJA DAN STABILITAS PERBANKAN DI INDONESIA TAHUN 2003-2013; ANALISIS REGRESI DATA PANEL	47
MANAJEMEN KEUANGAN DALAM LINGKUNGAN USAHA YANG KONTIJEN.....	48
PENGARUH <i>FIT EVENT</i> TERHADAP <i>BRAND LOYALTY</i> DENGAN <i>BRAND TRUST</i> SEBAGAI MEDIASI PADA PRODUK POCARI SWEAT.....	49
MANAJEMEN RANTAI PASOKAN SEBAGAI ALAT UNTUK MEMENANGKAN PASAR REGIONAL ASEAN (STUDI KASUS PRODUK UMKM: KAIN SONGKET TRADISIONAL).....	50
IMPLEMENTASI PENJAMINAN MUTU DALAM MENGHADAPI GLOBALISASI, ANALISIS DAN IMPLIKASI : STUDI KASUS.....	51
PERSEPSI MAHASISWA FEB UIN JAKARTA TERHADAP PERAN PERBANKAN SYARIAH DALAM MENGEMBANGKAN WIRAUSAHA MAHASISWA	52

INDEPENDENSI, <i>DUE PROFESSIONAL CARE</i> DAN AKUNTABILITAS: PENGARUHNYA TERHADAP KUALITAS AUDIT DENGAN ETIKA PROFESI SEBAGAI VARIABEL <i>MODERATING</i> (SURVEI PADA AUDITOR KANTOR AKUNTAN PUBLIK DI WILAYAH JOGLOSEMAR).....	53
INTERGRASI KEPERIBADIAN DAN PEMBELAJARAN KEWIRAUSAHAAN DALAM MEMBANGUN MINAT MAHASISWA BERWIRAUSAHA (STUDI PADA MAHASISWA FE UNESA).....	54
PERAN <i>BRAND CREDIBILITY</i> DALAM INDUSTRI JASA (SEBUAH KAJIAN PUSTAKA).....	55
APAKAH PENGETAHUAN PAJAK YANG TINGGI MENINGKATKAN NIAT WP UNTUK PATUH? (SEBUAH STUDI KUASI EKSPERIMEN).....	56
ANALISIS PERBEDAAN PERSEPSI PRIA DAN WANITA TERHADAP <i>INTERNET MARKETING</i> DAN <i>PROMOTIONAL OFFER</i>	57
USAHA KULINER MIKRO DALAM PERSPEKTIF SOSIOLOGI EKONOMI.....	58
IMPLEMENTASI <i>OPEN SOURCE ERP SOFTWARE</i> BAGI UMKM (UNTUK EFEKTIFITAS DAN EFISIENSI KINERJA UMKM DALAM ASEAN ECONOMIC COMMUNITY 2015).....	59
KEPUTUSAN KEPATUHAN PAJAK DITINJAU DARI POSTUR MOTIVASI WAJIB PAJAK DAN STRATEGI AUDIT PAJAK.....	60
STRATEGI PEMASARAN BERDASARKAN KARAKTERISTIK INDUSTRI DAN SWOT KASUS: P.T. KAWASAN INDUSTRI MEDAN (PERSERO).....	61
HUBUNGAN PENGETAHUAN AKUNTANSI, INFORMASI AKUNTANSI DAN KINERJA ENTREPRENEUR MUDA: STUDI EKSPLORASI PADA MAHASISWA IBA UNIVERSITAS CIPUTRA.....	62
IMPLEMENTASI <i>GREEN MARKETING</i> PADA USAHA KECIL MENENGAH DI KOTA PALEMBANG.....	63
APLIKASI RANTAI PASOK PADA USAHA KECIL MENENGAH DI KOTA PALEMBANG.....	64
HUBUNGAN RELATIONSHIP MARKETING DAN TEKNOLOGI: SEBUAH ANALISIS TEORITIS DARI PERSPEKTIF GREEN MARKETING.....	65
EVALUASI PENERAPAN GOOD CORPORATE GOVERNANCE DALAM SISTEM OPERASIONAL DAN MANAJEMEN DI FAMILY BUSINESS INDONESIA: STUDI KASUS DI UNIVERSITAS CIPUTRA.....	66
<i>STRATEGIC COLLABORATION</i> PENGARUHNYA TERHADAP <i>BUSINESS VALUES</i> SERTA DAMPAKNYA PADA <i>BUSINESS PERFORMANCE</i> (STUDI PADA INDUSTRI DAUN TEMBAKAU KERING DI NUSA TENGGARA BARAT).....	67

ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, <i>CELEBRITY ENDORSER</i> DAN <i>BRAND COMMUNITY</i> TERHADAP LOYALITAS MEREK SEPEDA MOTOR MEREK YAMAHA DI SELONG.....	68
ANALISIS STRATEGI PENGGUNAAN WEBSITE DALAM PENGELOLAAN BISNIS BERSKALA KECIL (STUDI KASUS PADA DIAN UTAMA JAKARTA)	69
IMPLEMENTASI " <i>CONTINUOUS IMPROVEMENT MINDSET</i> DAN <i>CHANGE MANAGEMENT</i> " DALAM ORGANISASI BISNIS.....	70
EFISIENSI BANK DI INDONESIA.....	71
MENGIDENTIFIKASI KARAKTER <i>ENTREPRENEURSHIP</i> : STUDI EKSPLORASI PADA PROYEK BISNIS MAHASISWA.....	72
<i>ASEAN ECONOMIC COMMUNITY</i> DAN RESPON PERBANKAN PADA USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH DI INDONESIA.....	73
ANALISIS TATA KELOLA PERUSAHAAN YANG BAIK, TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN, DAN KINERJA KEUANGAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN	74
MODEL PERSAMAAN BERJENJANG STRUKTUR MODAL: PANDANGAN TEORI <i>TRADE-OFF</i> , TEORI <i>PECKING ORDER</i> , TEORI KEAGENAN, DAN TEORI KONTINGENSI DALAM UPAYA MENGOPTIMALKAN STRUKTUR MODAL PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2006–2012	75
PENGARUH KARAKTERISTIK PERUSAHAAN TERHADAP PENGUNGKAPAN <i>INTERNET FINANCIAL AND SUSTAINABILITY REPORTING (IFSR)</i> (STUDI PADA PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA)	76
PENGARUH <i>BRAND CREDIBILITY</i> , <i>BRAND PRESTIGEDAN BRAND AWARENESS</i> TERHADAP <i>PURCHASE INTENTION: PERCEIVED QUALITY</i> SEBAGAI <i>MEDIATING VARIABLE</i>	77
KEBERMUTUAN PROSES TRANSFORMASI PENGETAHUAN DI PERGURUAN TINGGI.....	78
PENGARUH KETIDAKPASTIAN LINGKUNGAN TERHADAP ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN DAMPAKNYA TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN PADA UKM DI KOTA PALEMBANG.....	79
KUALITAS LAYANAN STARBUCKS COFFEE HAYAM WURUK DAN DAMPAKNYA TERHADAP WORD OF MOUTH.....	80
PENGARUH KOMPENSASI TERHADAP DISIPLIN KERJA KARYAWAN PADA BAGIAN PENUNJANG MEDIK RUMAH SAKIT "X" BANDUNG.....	81

PENGARUH AKUNTABILITAS PUBLIK, PARTISIPASI MASYARAKAT DAN TRANSPARASI KEBIJAKAN PUBLIK TERHADAP PENGAWASAN KEUANGAN DAERAH (APBD) DI DPRD KOTA BANDUNG.....	82
TINGKAT PENCAPAIAN SEMANGAT KERJA PEGAWAI DILIHAT DARI PENERAPAN ROTASI, MUTASI DAN PROMOSI DI KANTOR REGIONAL XI DAN XII BADAN KEPEGAWAIAN NEGARA.....	83
PENGARUH TINDAKAN SUPERVISI, MOTIVASI DAN KERJASAMA TERHADAP KINERJA AUDITOR PT. BANK NEGARA INDONESIA TBK PALEMBANG.....	84

DECISION MAKING FROM THE PERSPECTIVE OF BEHAVIORAL FINANCE

Benny Budiawan Tjandrasa
Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Maranatha
benny.tjandrasa@gmail.com

ABSTRAK

Pada awal perkembangannya studi mengenai perilaku pengambil keputusan dibedakan antara *risk averter* dan *risk seeker*. Ternyata model *utility of money* digunakan untuk menjelaskan *risk averse* yang dikemukakan oleh Salvatore (2005) memiliki kemiripan dengan model *value function* yang dikemukakan oleh Daniel Kahneman dan Amos Tversky. Kedua model tersebut memberikan suatu pemahaman yang sama yaitu: pengambilan suatu keputusan (*decision making*) dipengaruhi oleh perilaku yang dimiliki oleh sang pengambil keputusan (*decision maker*). Pada tahun-tahun selanjutnya kajian perilaku dalam pengambilan keputusan ini telah berkembang menjadi cabang ilmu tersendiri yaitu *behavioral finance*. Kajian mengenai *behavioral finance* belakangan ini semakin penting dalam pengambilan keputusan di sektor ekonomi pada umumnya dan sektor keuangan pada khususnya. Pengambilan keputusan dalam *behavioral finance* terbagi menjadi dua bagian, yaitu: *Behavioral Finance Micro* dan *Behavioral Finance Macro*. Menggunakan pendekatan *behavioral finance micro* penulis mencoba menjelaskan perilaku sebagian anggota masyarakat yang resah terhadap rencana pemerintah melakukan redenominasi rupiah.

Kata kunci: *behavioral finance, risk, decision making, redenominasi*

ABSTRACT

In the beginning, the study of behavioral for decision makers are distinguish between risk averter and risk seekers. The model of utility of money by Salvatore (2005) which is used to describe risk averse has similarities with the value function model proposed by Daniel Kahneman and Amos Tversky. Both models provide a common understanding: decision making is influenced by the behavior of the decision maker. In subsequent years the study of behavioral in decision-making has evolved into a distinct branch of science which is called behavioral finance . Recently the study of behavioral finance has become more important in decision-making, generally in the economic sector and particularly in the financial sector. Decision-making in behavioral finance is divided into two parts, namely: Behavioral Finance Micro and Behavioral Finance Macro . Using behavioral finance micro, writer tries to explain the behavior of some members of the community who are restless against the government plans for rupiah redenomination.

Keywords: *behavioral finance , risk , decision making , redenomination*

PENDAHULUAN

Perkembangan perekonomian Indonesia telah mendorong meningkatnya transaksi barang dan jasa dalam satuan uang rupiah. Peningkatan transaksi barang dan jasa serta akumulasi inflasi selama puluhan tahun telah menyebabkan peningkatan jumlah uang beredar serta mengakibatkan angka nominal dalam satuan mata uang rupiah terus membesar. Hal ini dirasa mulai menimbulkan masalah dalam sistem pencatatan akuntansi, pengolahan data keuangan, dan kredibilitas rupiah diantara berbagai mata uang di dunia (BAY,2010). Bila diambil patokan mata uang Dolar AS, lalu US \$1 dikurs ke berbagai mata uang di dunia maka rupiah saat ini menempati posisi 5 terbawah dalam peringkat mata uang yang paling bernilai setelah Vietnam Dong, Sao Tome Dobra, Turkmenistan Manat, dan Iran Riyal. Bahkan Agus Santoso yang merupakan Deputy Direktorat Hukum Bank Indonesia menyatakan saat ini mata uang rupiah relatif tidak bernilai dibanding mata uang negara lain. Hal tersebut membuat Bank Indonesia mengkaji ulang usulan redenominasi rupiah yang pernah dikemukakan Direktorat Peredaran Uang pada akhir 1999. Secara sederhana, pengertian redenominasi adalah penyebutan baru suatu mata uang tanpa menghilangkan nilainya, misalnya Rp 1000,00 akan menjadi Rp 1,00. Adapun secara bersamaan harga barang yang semula misalnya Rp 100.000,00 juga akan diturunkan menjadi Rp 100,00. (Iswara et al, 2010)

Redenominasi rupiah dimaksudkan sebagai simbol telah berakhirnya periode perekonomian yang salah urus, hiperinflasi, dan krisis perekonomian pada masa lalu. Redenominasi itu sekaligus diharapkan memengaruhi harapan masyarakat akan tingkat laju inflasi. Redenominasi mata uang dapat juga digunakan untuk menunjukkan pulihnya kedaulatan moneter sebab dalam era krisis masa lalu masyarakat lebih suka menggunakan valuta asing sebagai alat tukar dalam transaksi di dalam negeri maupun untuk menyimpan kekayaan. Jadi intinya redenominasi rupiah adalah penyederhanaan penyebutan satuan nilai mata uang sehingga pencatatan transaksi menjadi lebih ringkas, meningkatkan kebanggaan memegang rupiah dan rupiah bisa terlihat lebih baik. (Nasution, 2010, hlm.6)

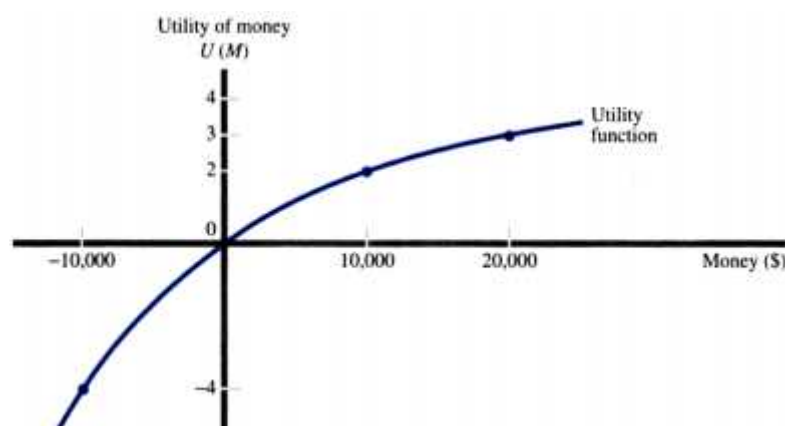
Pada perkembangannya rencana redenominasi nilai rupiah banyak diperdebatkan oleh para ekonom di media massa. Sebagian anggota masyarakat pun (terutama yang kurang mendapat informasi yang benar) salah persepsi mengenai rencana

redenominasi ini, banyak yang mengira redenominasi ini sama dengan praktek pemotongan nilai uang (*sanering*) yang pernah dilakukan sebanyak tiga kali oleh pemerintah Indonesia antara kurun waktu 1946 sd 1960 an. Hal ini tentu menjadi kendala bagi pelaksanaan redenominasi karena masyarakat yang mengira akan dilakukan *sanering* akan berbondong-bondong menukarkan mata uang rupiah ke mata uang negara lain (misalnya USD) dan memborong berbagai barang sehingga akan mengakibatkan penurunan nilai mata uang rupiah dan terjadinya inflasi yang berlebihan. Kekhawatiran sebagian anggota masyarakat terhadap rencana redenominasi nilai rupiah tersebut akan ditinjau dari sudut pandang *behavioral finance micro*.

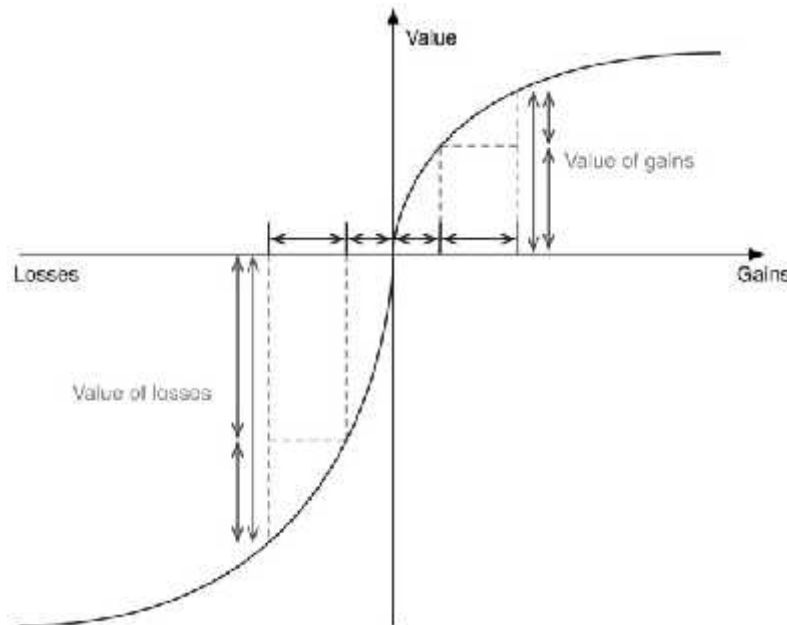
LANDASAN TEORI, KAJIAN EMPIRIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Utility of Money Model dan Value Function Model

Model *utility of money* yang dikemukakan oleh Salvatore (2005) memiliki kemiripan dengan model *value function* yang dikemukakan oleh Daniel Kahneman dan Amos Tversky. Pada model *utility of money* berikut ini terlihat bahwa *utility function* mengalami *diminishing return* pada saat jumlah uang yang diterima semakin meningkat, hal yang sama terlihat pada *The Value Function model* dimana fungsi *value of gains* mengalami *diminishing return* pada saat jumlah uang yang diterima semakin meningkat.



Sumber: Managerial Economics in Global Economy, Dominick Salvatore, Thomson South-Western, 2004



Sumber: <http://persuasive-patterns.com/patterns/Loss-aversion>

Yang membedakan dari kedua model ini adalah pada saat jumlah uang yang diterima negatif (mengalami kerugian). Pada saat tersebut model *utility of money* menggambarkan “penyesalan” akan terus semakin menurun, sedangkan pada model *The Value Function* “penyesalan” memiliki titik puncak minimum.

Terlepas dari perbedaan yang ada, kedua model tersebut memberikan suatu pemahaman yang sama yaitu: pengambilan suatu keputusan (*decision making*) dipengaruhi oleh perilaku yang dimiliki oleh sang pengambil keputusan (*decision maker*). Hal tersebut dijelaskan oleh Salvatore (2005) bahwa dalam suatu keputusan yang memperlihatkan angka-angka keuangan yang jelas sekalipun akan terdapat perbedaan keputusan diantara dua pengambil keputusan yang memiliki perilaku *risk averse* dan *risk seeking*, misalnya suatu proyek yang memiliki *net present value* (NPV) positif dan dirasa layak dilaksanakan oleh seorang *risk seeker* bisa saja ditolak oleh seorang *risk averter* karena *risk averter* menginginkan NPV yang lebih tinggi sebagai kompensasi risiko penyesalan yang bisa dihadapinya.

Behavioral Finance

Albert Phung (2010,hlm.1) menjelaskan *behavioral finance* sebagai sebuah bidang yang relatif baru yang bertujuan untuk menggabungkan teori psikologi perilaku

dengan ilmu ekonomi dan keuangan untuk memberikan penjelasan mengapa orang membuat keputusan keuangan yang irasional.

Hersh Shefrin (2007, hlm.3) mengemukakan bahwa mempelajari *behavioral finance* merupakan hal penting karena faktor psikologi dapat menimbulkan kesalahan yang seringkali amat mahal biayanya.

Behavioral Finance terbagi atas dua bagian (Pompian, 2006, hal 9), yaitu:

- *Behavioral Finance Micro* yang mempelajari perilaku atau bias dari individu (*individual bias*) yang membedakan mereka dari perilaku rasional yang ditinjau dari sudut pandang teori ekonomi klasik.
- *Behavioral Finance Macro* yang mendeteksi dan menjelaskan anomali yang terjadi dalam hipotesa *efficient market* yang dapat dijelaskan dalam model-model berperilaku.

Kajian Empiris

Dalam perkembangannya rencana redenominasi nilai rupiah telah memicu salah persepsi pada sebagian anggota masyarakat, terutama masyarakat pedesaan dan warga senior yang pernah mengalami *sanering* pada pemerintahan yang lalu. Kesalahan persepsi sebagian anggota masyarakat terhadap rencana redenominasi nilai rupiah tersebut akan ditinjau dari sudut pandang *individual bias* yang merupakan unsur dari *behavioral finance micro*. *Individual bias* yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah *Anchoring Bias* dan *Conservatism Bias*. Di pihak lain ada juga pihak yang merasa sangat yakin akan keberhasilan redenominasi, hal ini akan diamati dari sudut pandang *Overconfidence Bias* yang juga merupakan bagian dari *individual bias*.

Anchoring adalah istilah yang digunakan dalam psikologi untuk menggambarkan kecenderungan manusia yang terlalu banyak mengandalkan pada suatu bagian dari informasi ketika membuat keputusan. (Andersen, 2010)

Conservatism adalah keadaan individu yang lambat untuk mengubah keyakinan ketika menghadapi bukti baru. (Barberis & Thaler, 2005)

Overconfidence adalah keadaan individu yang melebih-lebihkan kemampuan prediksi dan ketepatan informasi yang mereka miliki. (Pompian, 2006, hlm.16).

Pengembangan Hipotesis

Hipotesis penelitian:

H0: Tidak terdapat pengaruh langsung *individual bias* pada tingkat persetujuan untuk rencana redenominasi rupiah

H1: Terdapat pengaruh langsung *individual bias* pada tingkat persetujuan untuk rencana redenominasi rupiah

H0: Tidak terdapat pengaruh langsung gender pada tingkat persetujuan untuk rencana redenominasi rupiah

H1: Terdapat pengaruh langsung gender pada tingkat persetujuan untuk rencana redenominasi rupiah

H0: Tidak terdapat pengaruh interaksi *individual bias* dan gender pada tingkat persetujuan untuk rencana redenominasi rupiah

H1: Terdapat pengaruh interaksi *individual bias* dan gender pada tingkat persetujuan untuk rencana redenominasi rupiah

METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *descriptive study* dan *explanatory study* dengan melakukan pengambilan sampel dari populasi. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah *purposive sampling*.

Operasionalisasi variabel dalam penelitian ini adalah sbb:

- Variabel bebas: gender dan *individual bias*
 - o Sub variabel gender: laki-laki dan perempuan
 - o Sub variabel *individual bias*: anchoring bias, conservatism bias, dan overconfidence bias.
- Variabel terikat: tingkat persetujuan untuk rencana redenominasi rupiah

Metode analisis data menggunakan *twoway analysis of variance*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini mendapatkan sampel sejumlah 90 orang yang terdiri dari 47 laki-laki dan 43 perempuan dimana jumlah yang memiliki kecenderungan *anchoring bias* sebanyak 29 orang, *conservatism bias* 23 orang, dan *overconfidence bias* 38 orang.

Descriptive Statistics

Dependent Variable: Tingkat Persetujuan

Gender	Bias	Mean	Std. Deviation	N
Laki-laki	Anchoring	3.50	.577	4
	Conservatism	4.87	1.126	8
	Overconfidence	7.60	.881	35
	Total	6.79	1.693	47
Perempuan	Anchoring	2.92	1.077	25
	Conservatism	5.53	1.060	15
	Overconfidence	7.33	.577	3
	Total	4.14	1.833	43
Total	Anchoring	3.00	1.035	29
	Conservatism	5.30	1.105	23
	Overconfidence	7.58	.858	38
	Total	5.52	2.199	90

Levene's Test of Equality of Error Variance memiliki hipotesis:

H0: *variance* homogen

H1: *variance* tidak homogen

Didapat hasil P-value = 0.656 yang lebih besar dari $\alpha = 0.05$ sehingga H0 tidak dapat ditolak. Hal ini mengindikasikan homogenitas dari *variance* terpenuhi.

Levene's Test of Equality of Error Variances^a

Dependent Variable: Tingkat Persetujuan

F	df1	df2	Sig.
.658	5	84	.656

Tests the null hypothesis that the error variance of the dependent variable is equal across groups.

a. Design: Intercept + Gender + Bias + Gender * Bias

Hasil *tests of between-subjects effects* mengindikasikan tingkat persetujuan untuk rencana redenominasi rupiah dipengaruhi secara signifikan oleh *individual bias*, namun tidak dipengaruhi oleh jenis kelamin (gender), dan tidak terdapat pengaruh interaksi gender dan bias individu pada tingkat persetujuan untuk rencana redenominasi rupiah.

Tests of Between-Subjects Effects

Dependent Variable: Tingkat Persetujuan

Source	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Corrected Model	349.941 ^a	5	69.988	73.017	.000
Intercept	1195.872	1	1195.872	1247.634	.000
Gender	.042	1	.042	.044	.835
Bias	111.292	2	55.646	58.054	.000
Gender * Bias	3.575	2	1.788	1.865	.161
Error	80.515	84	.959		
Total	3175.000	90			
Corrected Total	430.456	89			

a. R Squared = .813 (Adjusted R Squared = .802)

Hasil Bonferroni test mengindikasikan *anchoring bias* menghasilkan tingkat persetujuan yang berbeda dengan *conservatism bias* dan juga berbeda dengan *overconfidence bias*.

Multiple Comparisons

Dependent Variable: Tingkat Persetujuan

(I) Bias (J) Bias			Mean Differen ce (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
Bonfe rroni	Anchor ing	Conservatism	-2.30 [*]	.273	.000	-2.97	-1.64
		Overconfidence	-4.58 [*]	.241	.000	-5.17	-3.99
	Conse rvatis m	Anchoring	2.30 [*]	.273	.000	1.64	2.97
		Overconfidence	-2.27 [*]	.259	.000	-2.91	-1.64
	Overc onfide nce	Anchoring	4.58 [*]	.241	.000	3.99	5.17
		Conservatism	2.27 [*]	.259	.000	1.64	2.91

Based on observed means.

The error term is Mean Square(Error) = .959.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berikut adalah kesimpulan dan saran dari penelitian ini:

Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah:

1. Dari sampel sejumlah 90 orang yang terdiri dari 47 laki-laki dan 43 perempuan menyimpulkan *anchoring bias*, *conservatism bias*, dan *overconfidence bias* berpengaruh signifikan terhadap tingkat persetujuan untuk rencana redenominasi rupiah. Penelitian ini juga menyimpulkan *anchoring bias*, *conservatism bias*, dan *overconfidence bias* menghasilkan tingkat persetujuan yang berbeda.
2. *Gender* tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat persetujuan untuk rencana redenominasi rupiah, demikian pula interaksi gender dan *individual bias* tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat persetujuan untuk rencana redenominasi rupiah.
3. *Individual bias* tidak tergantung pada gender, dengan kata lain laki-laki maupun perempuan memiliki peluang yang sama untuk mengalami berbagai *individual bias*.

Saran

Penelitian ini masih bisa dikembangkan dimasa mendatang dengan:

1. Memasukkan variabel umur, tingkat pendapatan, dan tingkat pendidikan agar bisa diketahui pengaruh langsung dan pengaruh interaksi antara berbagai variabel bebas terhadap variabel terikat.
2. Menambah jumlah *individual bias*.
3. Menambah jumlah sampel dari berbagai kota dan berbagai segmen masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Andersen, Jørgen Vitting. 2010. Detecting Anchoring in Financial Markets. *Journal of Behavioral Finance*, 1542-7579, Volume 11, Issue 2
<http://www.informaworld.com/smpp/content~content=a922726661~db=all~jumptype=rss>
- Barberis, Nicholas & Thaler, Richard. 2005. *A Survey of Behavioral Finance. Handbook of the Economics of Finance*, vol. 1B.
- BAY. 2010. "Untuk Redenominasi, Cadangan Devisa Tak Cukup". Dalam *KOMPAS Jawa Barat 13 Agustus 2010*. Hlm. B. Bandung: Gramedia.
<http://persuasive-patterns.com/patterns/Loss-aversion> diakses pada 3 Maret 2014.
- Iswara, Padjar dan Wijaya, Agoeng dan Firmansyah, Fery. 2010. "Dari Sampah Jadi Gagah". Dalam *Tempo 9-15 Agustus 2010*. Hlm. 96 - 98 Jakarta.
- Jogiyanto, HM. 2007. *Sistem Informasi Keperilakuan*. Edisi 1, CV Andi Offset..
- Jogiyanto, HM. 2008. *Pedoman Survei Kuesioner*. Edisi 1, Badan Penerbit Fakultas Ekonomi dan Bisnis UGM
- Nasution, Anwar. 2010. "Redenominasi Rupiah". Dalam *KOMPAS 5 Agustus 2010*. Hlm. 6. Jakarta: Gramedia.
- Pompian, Michael M. 2006. *Behavioral Finance and Wealth Management. How to Build Optimal Portfolios That Account for Investor Biases*. First Edition. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc
- Phung, Albert. Behavioral Finance. <http://i.investopedia.com/inv/pdf/tutorials/BehavioralFinance.pdf> diakses pada 3 Maret 2014.
- Salvatore, Dominick. 2005. *Managerial Economic in Global Economy*. 5th edition. Oxford University Press
- Sekaran, Uma & Bougie, Roger. 2010. *Research Methods for Business*. 5th edition. John Wiley & Sons, Inc.
- Shefrin, Hersh. 2007. *Behavioral Corporate Finance: Decisions that Create Value*. First Edition. New York: Mc Graw-Hill Irwin.
- Shefrin, Hersh. 2002. *Beyond Greed and Fear*. Oxford University Press
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Bisnis*. CV Alfabeta Bandung
- Uyanto, Stanislaus S. 2009. *Pedoman Analisis Data dengan SPSS*. Edisi 3. Graha Ilmu.