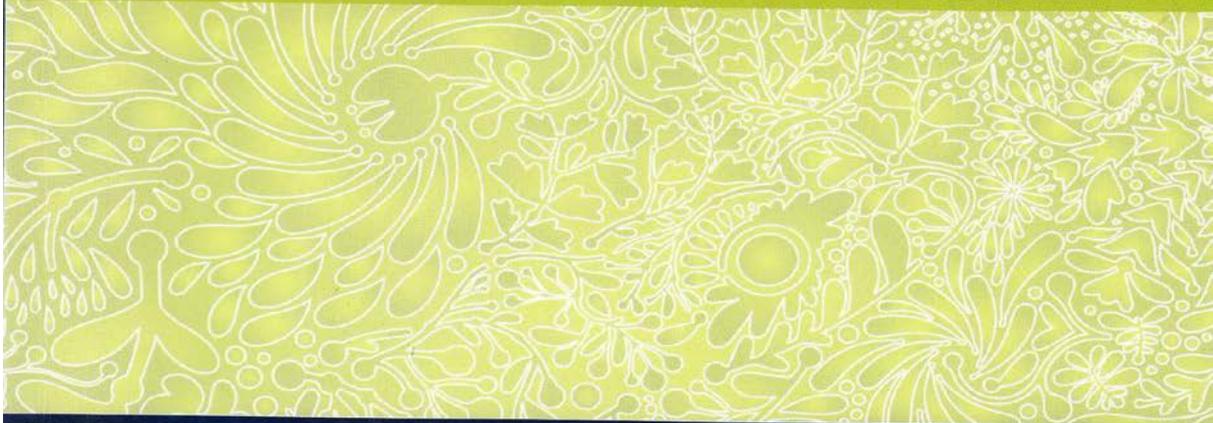




ISSN No. 2407-0548

FMI6

Proceedings Forum Manajemen Indonesia 6
ENTREPRENEURIAL MANAGEMENT



Didukung Oleh:



Departemen Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Sumatera Utara
Medan
November 2014

FORUM MANAJEMEN INDONESIA 6 ENTREPRENEURIAL MANAGEMENT

**Departemen Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Sumatera Utara
Medan
November 2014**

REVIEWER FMI 6 MEDAN

Prof. Dr. Syahnur Said

Prof. Dr. Sucherly

Prof. Dr. Erni Tisnawati Sule, SE. MSi.

Prof.Dr.Ritha F.Dalimunthe, M.Si.

Prof.Dr.Prihatin Lumbanraja, M.Si.

Prof. Dr.Rismayani, MS

Prof.Dr.Paham Ginting, Msi

Dr.Muslich Lufti, MBA

Dr. Ratih Hurriyati

Dr. D. Agus Harjito, M.Si.

Rudy Aryanto, SE. MM.

Dr. Ramadania, SE, M.Si

Dr. Fatchur Rohman, S.E., M.Si.

Departemen Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Sumatera Utara
Medan
November 2019

DAFTAR NAMA PENGURUS FMI

Pengurus Pusat FMI

1.	Prof. Dr. Syahnur Said	Penaschat	syahnur_said@yahoo.com
2.	Prof. Dr. Sucherly	Penasehat	sch@dmb.fe.unpad.ac.id
3.	Dr. T. Hani Handoko, MBA.	Penasehat	
4.	Sri Gunawan, DBA.	Ketua Umum	sgunawan22@gmail.com
5.	Prof. Dr. Erni Tisnawati Sule, SE. MSi.	Ketua - 1 - Pendidikan	erniesule@gmail.com
6.	Prof. Dr. Budi Eko Soetjipto	Ketua - 2 - Penelitian	soetjiptobe@yahoo.com
7.	Idris Gautama, SE. SKom. MM. MBA.	Ketua - 3 - Pemberdayaan	idrisgs@gmail.com
8.	Dra. Nuri Herachwati, MSi. MSc.	Sekretaris - 1	herachwati@yahoo.com
9.	Johny Rusdiyanto, SE. MM.	Sekretaris - 2	jrusdiyanto@yahoo.com
10.	Melizza Silvi, SE. MSi.	Bendahara - 1	meliza@perbanas.ac.id
11.	Dr. Riko Hendrawan	Bendahara - 2	riko_hendrawan@yahoo.com
12.	Rudy Aryanto, SE. MM.	Koord Informasi	raryanto@binus.edu

Ketua Korwil FMI

Dr. Ratih Hurriyati	Ketua - Korwil FMI Jawa Barat	r_hurriyati@yahoo.com
Dr. D. Agus Harjito, M.Si.	Ketua - Korwil FMI Jogjakarta	harjitok@yahoo.com
Rudy Aryanto, SE. MM.	Ketua - Korwil FMI Jakarta	raryanto@binus.edu
Dr. Ramadania, SE, M.Si	Ketua - Korwil FMI Kalimantan	dhanial75@gmail.com
Dr. Fatchur Rohman, S.E., M.Si.	Ketua - Korwil FMI Jawa Timur	fatchuur@yahoo.co.id

KATA SAMBUTAN REKTOR

AssalamualaikumWr.Wbr

Forum Manajemen Indonesia ke 6 (FMI 6) dengan kegiatan seminar dan *call for paper* yang diselenggarakan oleh Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara di Medan ini, sangat saya apresiasi karena mempunyai tujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan wawasan khususnya pada bidang *entrepreneurial management* yang dapat digunakan untuk menghadapipersaingan akibat dampak globalisasi terutama dengan adanya Masyarakat Ekonomi ASEAN.

Untuk memenangkan persaingan ini diperlukan implikasi bagi sebuah perusahaan seperti konsep-konsep manajemen, ketrampilan, pola pikir dengan fleksibilitas yang tinggi, inovasi dan responsif serta pengetahuan kewirausahaan di berbagai lapisan manajemen. Kreatifitas dan inovasi dikembangkan untuk dapat mengembangkan produk baru, yang unik dan mempunyai nilai tambah (*value added*) bagi perusahaan ataupun organisasi.

Selain tu, transformasi bisnis yang semakin cepat dan terus menerus berkembang membutuhkan manajemen yang dinamis meliputi keseluruhan aspek manajemen bagi perusahaan ataupun organisasi. Aspek tersebut diantaranya meliputi bidang manajemen pemasaran, manajemen sumber daya manusia, manajemen keuangan dan kewirausahaan.

Saya berharap dengan adanya kegiatan ini dapat memberikan perubahan dan paradigma khususnya bagi para akademisi, praktisi, pengusaha, mahasiswa dan masyarakat luas sehingga dapat menciptakan visi, misi maupun strategi dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis di masa yang akan datang.

Terima kasih terhadap para peserta yang telah hadir dan mengikuti acara FMI 6 yang diselenggarakan di Medan ini. Semoga para peserta mempunyai kesan yang baik terhadap acara ini.

Wassalam,
Rektor Universitas Sumatera Utara

Prof. Dr. Dr. Syahril Pasaribu, DTM&H, M.Sc. (CTM), Sp.A(K)

KATA SAMBUTAN DEKAN

Assalamualaikum Wr, Wb

Forum Manajemen Indonesia berinisiatif secara berkala bertemu dan berdiskusi demi saling menyamakan visi dalam rangka pengembangan ilmu manajemen melalui Forum Manajemen Indonesia (FMI). Kegiatan Forum Manajemen Indonesia ke 6 pada tahun ini diselenggarakan oleh Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara di Medan dengan acara seminar nasional dan *call for paper* yang bertema *entrepreneurial management*.

Entrepreneurial management sebagai praktek tentang kreativitas dengan memanfaatkan efisiensi dan efektivitas dalam mengelola sebuah organisasi. Manajer terlibat secara langsung di dalam dinamika yang sangat kompleks antara ilmu manajemen dengan strategi bisnis. Istilah *entrepreneurial management* telah diperluas mencakup konsep kewirausahaan sebagai pola pikir sebagai inisiatif kewirausahaan dalam bentuk kewirausahaan sosial, kewirausahaan politik atau kewirausahaan pengetahuan.

Saya berharap dengan berlangsungnya acara ini dapat memberikan kontribusi yang positif dalam perkembangan konsep dan praktek *entrepreneurial management* khususnya bagi pelaku bisnis Indonesia. Akhir kata, terima kasih kepada para peserta telah hadir dan mensukseskan acara Forum Manajemen Indonesia di Medan ini.

Wassalam,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara

KATA SAMBUTAN

Assalamualaikum wr, wb

Forum Manajemen Indonesia ke 6 yang dilaksanakan di Medan ini merupakan kegiatan yang diikuti peserta yang berasal dari akademisi Fakultas Ekonomi seluruh Indonesia. Adapun tema dalam kegiatan ini adalah *entrepreneurial management*. Tujuan dari tema ini adalah sebagai kontribusi dalam pengembangan *entrepreneurial management* yang menggabungkan seluruh konsep manajemen dan kewirausahaan dalam pengembangan dan peningkatan jumlah pelaku bisnis, peningkatan kualitas pelayanan dan produk yang dihasilkan serta strategi pemasaran dalam menghadapi persaingan global yang semakin ketat khususnya dalam menghadapi MEA (Masyarakat Ekonomi Asean) tahun 2015.

Persaingan bisnis merupakan sesuatu yang tidak mungkin dihindari dalam kegiatan manajemen baik yang melibatkan pelaku UMKM dan pelaku bisnis skala besar. Untuk itu diperlukan konsep-konsep manajemen yang dapat menjawab tantangan dari pelaku bisnis domestik maupun Internasional. Konsep-konsep ini harus merupakan konsep yang lahir dari penelitian yang baru dan berkualitas dari para akademisi yang dapat diterapkan kepada pelaku bisnis tersebut.

Kami dari panitia FMI 6 sangat mengharapkan kepada para peserta untuk dapat berperan aktif dalam memberikan ide-ide, konsep-konsep baru dan pengalaman untuk dapat secara bersama-sama memberikan kontribusi dalam mewujudkan transformasi, strategi dan inovasi bagi kemajuan ilmu manajemen di Indonesia.

Acara Seminar Nasional dan Call For Paper ini diikuti oleh berbagai Universitas yang ada di Indonesia dengan jumlah Paper 268 Paper. Yang terdiri dari:

- Manajemen Strategi : 13 Paper
- Manajemen Kewirausahaan : 50 Paper
- Manajemen Operasi : 16 Paper
- Manajemen SDM : 51 Paper
- Manajemen Umum : 16 Paper
- Manajemen Pemasaran : 60 paper
- Manajemen Keuangan : 62 Paper

Wassalam,

Ketua Panitia,
Dr.Isfenti Sadalia,SE.,ME

DAFTAR ISI

DAFTAR NAMA PENGURUS FMI.....	iii
KATA SAMBUTAN REKTOR.....	iv
KATA SAMBUTAN DEKAN.....	v
KATA SAMBUTAN.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
JADWAL ACARA FMI 6 MEDAN	xxix
JADWAL ACARA PER SESI.....	xxx

MANAJEMEN KEUANGAN

BIAS INVESTOR PADA PERDAGANGAN INDEKS Abdur Rafik.....	3
HUBUNGAN AGENSI DAN KINERJA PADA PERUSAHAAN KELUARGA: STUDI PADA PERUSAHAAN KECIL DAN MENENGAH DI YOGYAKARTA Agus Harjito, Arif Singapurwoko	4
ANALISIS <i>OVERREACTION</i>, <i>FIRM SIZE</i> DAN <i>LIKUIDITAS</i> SAHAM PADA SAHAM SYARIAH DAN NONSYARIAH DI BURSA EFEK INDONESIA Agus Riyanto, Zaenal Arifin	5
PENGARUH RASIO KEUANGAN TERHADAP PERTUMBUHAN LABA DI MASA YANG AKAN DATANG Ait Novatiani, Rosyani Muthya.....	6
PENGARUH PERGERAKAN NILAI TUKAR RUPIAH TERHADAP VOLUME PERDAGANGAN SAHAM DAN <i>RETURN</i> SAHAM PADA SEKTOR ANEKA INDUSTRI YANG TERDAFTAR PADA BEI TAHUN 2008-2012 Andina Pradanti, Nurfauziah.....	7
ANALISIS RISIKO PORTOFOLIO OPTIMAL SAHAM BLUE CHIP MENGGUNAKAN PENDEKATAN VALUE AT RISK Ari Christiani.....	8
ANALISIS KINERJA LEMBAGA KEUANGAN MIKRO DI INDONESIA DENGAN VARIABEL FINANCIAL SUSTAINABILITY, OUTREACH DAN WELFARE IMPACT Arif Singapurwoko	9
PENGARUH KONDISI KEUANGAN PERUSAHAAN TERHADAP MANIPULASI AKTIVITAS RIIL Amellya Christiantidan, I Putu Sugiarta Sanjaya.....	10
PERKEMBANGAN <i>BEHAVIORAL FINANCE</i> DI INDONESIA DAN MANCANEGERA Benny Budiawan Tjandrasa.....	11

STRUKTUR KEUANGAN DAN KINERJA ANTAR GENERASI PERUSAHAAN KELUARGA DI INDONESIA Baziedy Aditya Darmawan, Dwipraptono Agus Harjito	12
PENGARUH RASIO SPESIFIK PERBANKAN TERHADAP KINERJA KEUANGAN BANK GO PUBLIC DI BEI Cytraningrum Denry Susanty, Sutrisno	13
KETEPATAN ESTIMASI LABA, TARGET HARGA DAN REKOMENDASI SAHAM DALAM ANALYST REPORT C. Erna Susilawati	14
MODEL MARKOWITZ UNTUK PEMBENTUKAN PORTFOLIO OPTIMAL DI BURSA EFEK INDONESIA Dihin Septyanto, Bob Kertopati	15
PENGARUH PENERAPAN GOOD CORPORATE GOVERNANCE TERHADAP KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN MANUFAKTUR (Studi pada Perusahaan yang Terdaftar di BEI) Eria Orizayanti, Nurfauziah	16
PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, PERTUMBUHAN PERUSAHAAN, NON-DEBT TAX SHIELD, LABA PERUSAHAAN, FIXED ASSET, RISIKO BISNIS DAN LIQUIDITY TERHADAP LEVERAGE PADAPT ASTRA INTERNATIONAL TBK DAN ANAK PERUSAHAANNYA DI BURSA EFEK INDONESIA Evanti Anggraini , Tita Deitiana	17
THE AGGREGATE BIAS OF THE DISPOSITION EFFECT Edo Sri Harsanto	18
ANALISIS EFISIENSI PERBANKAN ISLAM DI ASIA TENGGARA Faaza Fakhrunnas, Zaenal Arifin	19
DETERMINAN KECURANGAN LAPORAN KEUANGAN DAN KORUPSI MANAJEMEN Fitri Ismiyanti, Chyntia	20
PENGARUH KONSENTRASI KEPEMILIKAN DAN KOMITE AUDIT TERHADAP MANAJEMEN LABA SERTA DAMPAKNYA TERHADAP KUALITAS LABA PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BEI PERIODE 2012 SAMPAI 2013 Fransisca Hanita R, Ryani Dhyan Parashakti	21
FACTORS FROM UNDERWRITER THAT INFLUENCE INITIAL RETURN OF THE COMPANIES DOING INITIAL PUBLIC OFFERINGS IN INDONESIA STOCK EXCHANGE IN THE PERIOD OF 2004-2011 Ferry Sugianto, Liliana Inggrit Wijaya	22
PENGARUH ASET, MODAL SENDIRI, MODAL ASING, JUMLAH PEGAWAI DAN JUMLAH ANGGOTA TERHADAP PENDAPATAN USAHA KOPERASI SEKTOR UNGGULAN DI ACEH UTARA Ghazali Syamni, Nazir ² , Musliadi	23
HUBUNGAN ANTARA KUALITAS KELEMBAGAAN, INVESTASI ASING LANGSUNG, KEBEBASAN PASAR, DAN KEWIRAUSAHAAN: STUDI PERBANDINGAN DI ASIA TENGGARA H. Sugeng Hariadi	24

CUSTOMER-FOCUSED STRATEGY DAN RISIKO TOTALBANK UMUM DEvisa NASIONAL INDONESIA	
Mudjilah Rahayu	37
PENGARUH INTELLECTUAL CAPITAL TERHADAP NILAI PASAR DAN KINERJA PERUSAHAAN KELUARGA YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA	
Mohamad Maulana, Sri Mulyati.....	38
HISTORICAL EFFICIENCY OF BANKS IN INDONESIA AT THE PERIOD OF 1992-2012	
Muhamad Nadratuzzaman Hosen, Muhammad Faza Firdaus.....	39
PENINGKATAN KINERJA KEUANGAN DAN KINERJA PASAR: <i>RESOURCE BASED THEORY APPROACH</i>	
Mutamimah, Ichva Dhian Fatmariza.....	40
PERUBAHAN HARGA MINYAK MENTAH DUNIA DAN PENDAPATAN SAHAM PERUSAHAAN PADA SUB SEKTOR OTOMOTIF	
Muhammad Madyan, Harmoni Filantropi.....	41
KINERJA PORTOFOLIO SYARIAHDAN PORTOFOLIO NON SYARIAHDI INDONESIA	
Nanny Veronica Djohan, Werner R. Murhadi, Endang Ernawati.....	42
TINGKAT <i>LITERACY</i> KEUANGAN MAHASISWA PERGURUAN TINGGI DI KOTA MEDAN	
Nisrul Irawati, Syamsul Bahri TRB, Beby Kendida Hasibuan	43
PENGUJIAN DAMPAK MANAJEMEN TEKNOLOGI INFORMASI TERHADAP KINERJA KEUANGAN DAN NILAI BISNIS	
(Studi Kasus pada PT. Bank BPR X di Bandung)	
Nanang Sasongko.....	44
CORPORATE GOVERNANCE DAN PERATAAN LABA	
Puput Tri Komalasari, Nur Mia Al'maidah	45
PERILAKU PENGAMBILAN RISIKO DAN STRUKTUR KEPEMILIKAN PADA INDUSTRI PERBANKAN DI INDONESIA	
Rahmat Heru Setianto	46
FENOMENA REAKSI BERLEBIHAN ATAU <i>OVERREACTION</i> PADA TRANSAKSI SAHAM DI ASIA TENGGARA	
RShanti DarsihOttemoesoe, Mariana IngMalelak.....	47
PENGARUH RETURN ON ASSET, RETURN ON EQUITY, NET PROFIT MARGIN, DEBT TO ASSET RATIO, DEBT TO EQUITY RATIO DAN DIVIDEND PAYOUT RATIO PADA HARGA SAHAM PERUSAHAAN-PERUSAHAAN TERBUKA YANG TERDAFTAR PADA INDEKS SYARIAH DI BEI 2009-2012	
Rosemarie Sutjiati Njotoprajitno.....	48
FUNDAMENTAL EFFECT TO CAPITAL STRUCTURE ON THE FIRMS LISTED INDONESIA STOCK EXCHANGE YEARS 2009-2012	
Ramli, Agus Zainul Arifin.....	49
PENGARUH EKSPEKTASI KONSUMEN TERHADAP INDEKS HARGA SAHAM GABUNGAN DI BURSA EFEK INDONESIA	
Sumarsono	50

DETERMINAN-DETERMINAN MANAJEMEN LABA PADA PENAWARAN SAHAM PERDANA (KASUS PADA PERUSAHAAN SEKTOR ANEKA INDUSTRI) Sheila Regina Prihandini, Tatang Ary Gumanti, Elok Sri Utami.....	51
PENGARUH FAKTOR MAKRO EKONOMI, INDEKS BURSA GLOBAL, DAN KEPEMILIKAN SAHAM ASING TERHADAP PERGERAKAN HARGA SAHAM DI BURSA EFEK INDONESIA Siti Wardani Bakri Katti, Zaenal Arifin	52
PERBANKAN SYARIAH: ANTARA IDEALISME DAN OPORTUNISME Studi Kasus pada Perbankan Syariah di Indonesi Sutrisno.....	53
RETURN SAHAM SEKTOR ASURANSI BERDASARKAN USIA PERUSAHAAN (AGE) Sugiyanto, Dihin Septyanto, Yanti Safitry	54
PENGUNAAN METODE PENGANGGARAN MODAL DALAM MENGAMBIL KEPUTUSAN KELAYAKAN BISNIS MAKANAN Surya Setyawan	55
PENGARUH KOMITMEN MANAJEMEN TERHADAP IMPLEMENTASI SUPPLY CHAIN MANAGEMENT UNTUK MENINGKATKAN KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN MANUFAKTUR JAWA TIMUR DARI PERSEPSI PARA MANAGER KEUANGAN Sautma Ronni Basana.....	56
ANALISIS KINERJA SAHAM PERUSAHAAN-PERUSAHAAN YANG MELAKUKAN INITIAL PUBLIC OFFERING (IPO) Suskim Riantani, Reva Yuliani	57
PENGARUH PORTFOLIO TURNOVER, ASET, EXPENSE RATIO, KAS DAN SUBSCRIPTION FEE TERHADAP KINERJA REKSA DANA SAHAM DI INDONESIA Th 2009 – 2012 Tuti Suharti, Irene Rini Demi Pangestuti	58
PENGARUH BID ASK SPREAD DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP HOLDING PERIOD Umi Murtini.....	59
MODEL PENGUKURAN REFLEKTIF UNTUK MENGUKUR PERILAKU OVERCONFIDENCE INVESTOR DI PASAR MODA Wisudanto.....	60
CORPORATE GOVERNANCE AND FIRM PERFORMANCE OF LISTED FIRMS IN INDONESIAN SHARIA STOCK INDEX Wahyu Trinarningsih, Purwanto	61
EVALUASI KINERJA PENDEKATAN PROFITABILITY INDEX DAN NET PRESENT VALUE SERTA PEMANFAATAN DOMINANT MATRIX UNTUK MENENTUKAN SEJUMLAH PROYEK INDEPENDEN DALAM CAPITAL RATIONING Yohanes Supriyanto	62
PERAN DINAMIKA LINGKUNGAN SEBAGAI MODERASI PENGARUH LIKUIDITAS DAN RISK BASED CAPITAL TERHADAP KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN ASURANSI UMUM DI INDONESIA Yuliani.....	63

ANALISIS PERBANDINGAN KINERJA REKSADANA SAHAM YANG DIKELOLAPERUSAHAAN INVESTASI LOKAL DAN ASING DI INDONESIA Zaida Rizqi Zainul, Isfenti Sadalia, Khaira Amalia Fachrudin	64
---	----

MANAJEMEN UMUM

PELUANG BISNIS, ETIKA BISNIS, DAN PERLINDUNGAN HUKUMNYA DEMI TERCIPTANYA <i>POLITE BUSINESS ENVIRONMENT</i> Aris Armuninggar.....	67
KEGIATAN KNOWLEDGE SHARING DI UNIVERSITAS TELKOM BANDUNG Anita Silvianita.....	68
PENGEMBANGAN KOPERASI KOTA BANDUNG MELALUI PEMETAANPELAKU USAHA KOPERASI DAN USAHA UNGGULANNYA Asep Mulyana, Wa Ode Zusnita Muizu	69
PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP PELAKSANAAN MATA KULIAH KEWIRAUSAHAAN DI UNIVERSITAS CIPUTRA Charly Hongdiyanto	70
MEKANISMEKONTROLDANEKSPROPRIASIPADA PERUSAHAAN DI INDONESIA Christian Herdinata.....	71
TELKOM UNIVERSITY STUDENTS PREFERENCES IN CHOOSING INTERNET ACCESS Dini Turipanam Alamanda, Vanya Chairiyah Fitri	72
ADVANCING TEACHING AND LEARNING ENTREPRENEURSHIP AT UNIVERSITY LEVEL Leonardi Lucky Kurniawan.....	73
PENGGUNAAN ANALISIS BILOT PADA PEMETAANPERGURUAN TINGGI SWASTA DI KOTA PALEMBANG Muji Gunarto, Muhammad Amirudin Syarif.....	74
OPTIMALISASI PENYALURAN ZAKAT PROFESI DI KOTA BANDUNG (Studi Kasus Penarikan Zakat Profesi di Pemkot Bandung Jawa Barat) Nurdin.....	75
ANALISIS PENGGUNAAN SISTEM INFORMASI ONLINE BERDASARKAN EUCS PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS SUMATERA UTARA Nisrul Irawati.....	76
FDI IN TOURISM SECTOR AND ECONOMIC GROWTH IN SUMATERA UTARA Parhimpunan Simatupang, Abdul Razak Chik	77
PENGARUH KOMITMEN ORGANISASI TERHADAP KUALITAS SISTEM INFORMASI (SURVEI PADA PERBANKAN DI BANDUNG) Rapina.....	78
MENGENAL RELEVANSI SERTIFIKASI PROFESI BIDANG MANAJEMEN BISNIS DI ERA MASYARAKAT EKONOMI ASEAN Roos Kities Andadari	79

MANAGING FASHION FESTIVAL AS A CREATIVE EVENT TO DEVELOP POTENTIAL DESTINATION IN EAST JAVA Saskia Hudyana, Daniel Haryono, Nila K. Hidayat	80
PENGARUH STRUKTUR ORGANISASI DAN PENGENDALIAN INTERNAL TERHADAP KESUKSESAN PENERAPAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI Yenni Carolina	81
MANAJEMEN OPERASI	
PELAKSANAAN <i>KNOWLEDGE MANAGEMENT</i> DI SERIKAT PEKERJA (STUDI KASUS PADA FSPSI DI SURABAYA) Ahmad Rizki Sridadi	85
PENGARUH <i>TECHNOLOGY READINESS</i> KARYAWAN TERHADAP KEINGINAN UNTUK MENGGUNAKAN SISTEM INFORMASI TERINTEGRASI PADA SEKTOR PELAYANAN KESEHATAN Amak Mohamad Yaqoub, Irfan Prasetya	86
PERAN <i>INFORMATION SHARING</i> DALAM KEUNGGULAN BERSAING; STUDI PADA TEORI <i>RESOURCE BASED VIEW</i> (RBV) Baling Kustriyono	87
RANCANGAN SISTEM PENGUKURAN KINERJA UKM DENGAN METODE <i>BALANCED SCORECARD</i> DAN PEMBOBOTAN PRIORITAS KINERJA DENGAN <i>ANALYTICAL HIERARCHY PROCESS</i> PADA CV. SANJAYA PUTRA LESTARI Febriana Wurjaningrum, Afid Kusmawan	88
MEMBANGUN MODEL IMPLEMENTASI STRATEGI BAGI SEBUAH ORGANISASI MELALUI KONFIGURASI TIPE-TIPE IDEAL DARI ELEMEN-ELEMEN 7-S MCKINSEY Hermawanto	89
MODEL MANAJEMEN PERSEDIAAN, AKTUAL VERSUS TEORY Haryadi Sarjono	90
PENGARUH <i>SUPPLY CHAIN STRATEGY</i> TERHADAP <i>FIRM PERFORMANCE</i> DENGAN <i>SUPPLY CHAIN FLEXIBILITY</i> DAN <i>COMPETITIVE ADVANTAGE</i> SEBAGAI VARIABEL <i>INTERVENING</i> PADA INDUSTRI KECIL DAN MENENGAH KONVEKSI (STUDI PADA SENTRA KONVEKSI KABUPATEN LAMONGAN DI DESA TRITUNGGAL KECAMATAN BABAT KABUPATEN LAMONGAN) Indro Kiromo, One Anidyawati	91
ANALISIS <i>DEFECT PRODUCT</i> MELALUI <i>THE BASIC SEVEN TOOLS OF QUALITY</i> DAN METODE <i>FMEA</i> UNTUK PERBAIKAN KUALITAS PRODUK KAPSUL LUNAK VITAMIN A 200 000 IU PADA PT. KIMIA FARMA TBK. PLANT WATUDAKON Indrianawati Usman, Retha Tsani	92
PENGEMBANGAN MODEL KONTRIBUSI NETWORK GOVENANCE DALAM <i>VALUE CHAIN</i> UNTUK MENINGKATKAN KEUNGGULAN BERSAING USAHA PERIKANAN TANGKAP (SURVEI PADA NELAYAN PERIKANAN TANGKAP DI KABUPATEN INDRAMAYU) Imas Soemaryani , Ernie Tisnawati , Deki Fermansyah	93

KOSEP MODELING DALAM STRATEGI PERENCANAAN WAREHOUSE Puspandam Katias, Marso	94
IDENTIFIKASI UKURAN UKURAN PERSPEKTIF <i>BALANCED SCORECARD</i> BANK DAERA Sitti Raha Agoes Salim, Khaira Amalia Fachrudin, Yulinda	95
ANALISIS IMPLEMENTASI <i>TOTAL PRODUCTIVE MAINTENANCE (TPM)</i> PADA <i>MATERIAL HANDLING EQUIPMENT (MHE)</i> DENGAN MENGGUNAKAN <i>ANALYTIC NETWORK PROCESS (ANP)</i> DAN <i>SCORING MODELS</i> DI <i>SYNCHRONIZE DISPATCHING FACILITY (SDF)</i> DHL EXEL SUPPLYCHAIN SURABAYA Tuwanku Aria Auliandri, Gebie Yoga Efrizal Rizkitama	96
ANALISIS KINERJA DENGAN PENDEKATAN <i>BALANCE SCORECARD</i> UNTUK MENILAI RUMAH SAKIT BADAN LAYANAN UMUM Titik Sulistiyansih, Habiburrochman	97
EVALUASI PRODUKSI BATIK DAN ALTERNATIF PERBAIKANNYA DENGAN MENGGUNAKAN METODE <i>GREEN QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT II / GQFD-II</i>. STUDI PADA UKM BATIK Yetty Dwi Lestari, Siswo Rahayu	98
DAMPAK KOMITMEN MANAJEMEN TERHADAP INTEGRASI PROSES MELALUI BENEFIT ERP GUNA MENINGKATKAN KINERJA PERUSAHAAN MANUFAKTUR JAWA TIMUR Zeplin Jiwa Husada	99

MANAJEMEN STRATEGI

KECOCOKAN STRATEGI DENGAN BUDAYA: DAMPAKNYA PADA KINERJA PERUSAHAAN (STUDI EMPIRIS PADA JARINGAN APOTEK PT. KIMIA FARMA) Achmad Sobirin, Bambang Tutuko	103
KONDISI STRATEGI KERJASAMA DAN STRATEGI BERSAING PERGURUAN TINGGI (Studi di PTS Kopertis Wilayah III) Dyah Budiastuti	104
ANALISIS HUBUNGAN <i>VISION AND MISSION STATEMENT</i> DENGAN PERINGKAT PERUSAHAAN VERSI FORBES GLOBAL PADA PERUSAHAAN PERBANKAN YANG <i>GO PUBLIC</i> Friska Sipayung	105
STRATEGI PENINGKATAN NILAI TAMBAH DAN PENDAPATAN NELAYAN TANGKAP BERBASIS TEPUNG IKAN UNTUK MERAHAI POTENSI PASAR PAKAN TERNAK UNGGAS SEBAGAI UPAYA MENGURANGI KETERGANTUNGAN IMPOR TEPUNG IKAN DI INDONESIA (Survey di Sentra Produksi Kabupaten Tojo Una-Una Sulawesi Tengah) Hilda Monoarfa, Chalil ² , Edhi Taqwa	106
ANALISA PERANCANGAN ULANG (REDESAIN) MODEL OPERASIONALISASI PROGRAM BANTUAN OPERASIONAL SEKOLAH DALAM MENINGKATKAN EFEKTIVITAS PENYELENGGARAAN PENDIDIKAN DAN MEMENUHI HARAPAN MASYARAKAT Hesti Maheswari, Luna Haningsih	107

PENGARUH LINGKUNGAN EKSTERNAL DAN ORIENTASI STRATEGI TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN (STUDI KASUS PADA IKM BATIK TULIS DI PANTURA JAWA TENGAH) Idris.....	108
ANALISIS KINERJA MODAL SOSIAL DAN MODAL INTELEKTUAL MAHASISWA WIRAUSAHA DI KOTA MEDAN IsfentiSadalia, Nisrul Irawati, Linda Tri Murni Maas.....	109
CLUSTERANALYSIS OF BANKING IN INDONESIA:AN INITIAL STUDY Lina Anatan.....	110
STRATEGI EFISIENSI BEBAN <i>RUNNING REPAIR</i> (STUDI KASUS: PT. PELNI – TANJUNG PRIOK) Nina Nurhasanah, Asmar Joni.....	111
<i>INTEGRATED AGRIBUSINESS DEVELOPMENT STRATEGY BASED ON COCOA AND IMPROMENT OF PRODUCT VALUE-ADDED IN THE DISTRICT OF PARIGI MOUTONG, CENTRAL SULAWESI</i> Rosida P. Adam.....	112
SUPPLY CHAIN MANAGEMENT (SCM) DI PERGURUAN TINGGI: UPAYA MENINGKATKAN KEHANDALAN DAYA SAING BANGSA Ratna Wididastuti.....	113
KEUNGGULAN KOMPETITIF INDUSTRI KECIL ROTAN Ritha.F.Dalimunthe, Setri Hiyanti Siregar, Fivi Rahmatus Sofiyah.....	114
MODEL PENGEMBANGAN SUPPLY CHAIN MANAGEMENT (SCM) SEBAGAI SOLUSI MENGATASI KELANGKAAN PRODUK HOLTIKULTURA (SURVEY PADA PELAKU USAHA PRODUK HOLTIKULTURA DI PROVINSI JAWA BARAT) Umi Kaltum, Imas Soemaryani, Wa Ode Zusnita.....	115
MANAJEMEN KEWIRAUSAHAAN	
PENGARUH KECERDASAN ADVERSITAS DAN KEMATANGAN KARIR TERHADAP INTENSI BERWIRAUSAHA PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS TARUMANAGARA Andi Wijaya, Richard Andrew.....	119
PERAN PERBANKAN DAN PERGURUAN TINGGI DALAM PENGEMBANGAN USAHA MIKRO DI SUMATERA UTARA (STUDI PADA KELOMPOK USAHA SSI BANK SUMUT) Ade Indah Sari, Kiki Farida Farine.....	120
IDENTIFIKASI PERMASALAHAN YANG DIHADAPI UMKM (USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH) DI PROPINSI JAWA TIMUR Aang Afandi.....	121

PENGARUH PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA DIMODERASI OLEH FAKTOR KECERDASAN EMOSI PADA MAHASISWA FAKULTAS BISNIS UKDW Ambar Kusuma Astuti, Agustini Dyah Respati.....	122
THE IMPACT OF ENTREPRENEURIAL EDUCATION ON THE STUDENT'S ENTREPRENEURIAL CHARACTERISTICS Anik Kusmintarti.....	123
THE IMPACT OF ZACH'S STAR SUCCESS TO SUCCESS OF BUSINESS (CASE STUDY: CREATIVE INDUSTRIES IN BANDUNG) Anny Nurbasari	124
PERANAN KEPEMIMPINAN TRANSFORMASIONAL DAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP INOVASI PRODUK DAN KINERJA INOVASI (Studi pada UKM Batik di Jawa Tengah) Amie Kusumawardhani, Wahyu Dwi Septianti	125
PERAN JENIS KELAMIN PADA MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA Andhy Setyawan, Joseph L. Eko Nugroho.....	126
KAJIAN LITERATUR: MODEL PEMBERDAYAAN PEREMPUAN USIA PRODUKTIF DALAM PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH DI INDONESIA Asni Harianti	127
PERAN KEWIRAUSAHAAN DALAM MANAJEMEN KOTA UNTUK MENINGKATKAN SUSTAINABILITAS KOTA Boedi Hartadi Kuslina	128
STUDI DAN ANALISIS KETERHUBUNGAN KAPABILITAS INOVASI DAN KINERJA INOVASI (STUDI KASUS: UKM ALAS KAKI DI KOTA SURABAYA) Benny Lianto, Esti Dwi Rinawiyanti, Dina Yuindra.....	129
MEMBANGUN PRODUK PREMIUM PADA START-UP BUSINESS: STUDI KASUS PRODUK PREMIUM DALAM ENTREPRENEURIAL PROJECT MAHASISWA UNIVERSITAS CIPUTRA Carolina Novi Mustikarini.....	130
PENGEMBANGAN POLA KEMITRAAN RITEL SKALA KECIL UNTUK MENINGKATKAN KINERJA PEMASARAN DAN DAYA TAHAN USAHA (Studi Pada Ritel Perdagangan di Jawa Timur) Christina Whidya Utami, Denny Bernardus.....	131
BUSINESS MODEL CANVAS SEBAGAI ALAT UNTUK PERANCANGAN DAN EVALUASI MODEL BISNIS Cliff Kohardinata.....	132
IMPLEMENTASI KONSEP KEWIRAUSAHAAN SOSIAL SEBAGAI MODEL PEMBELAJARAN DI PERGURUAN TINGGI Dedi Rianto Rahadi, Zainal	133

EKSPLORASI KARAKTER <i>ENTREPRENEURIAL MARKETER</i> PEMILIK USAHA KECIL MENGENGAH (UKM)	
Damelina B. Tambunan.....	134
INTENSI KEWIRAUSAHAAN MAHASISWA (PERBANDINGAN ANTARA FAKULTAS EKONOMI, FAKULTAS TEKNIK DAN FAKULTAS HUKUMUPN VETERAN JAKARTA)	
Diana Triwardhani, Nobelson	135
MODEL PEMBELAJARAN <i>ENTERPRENEURSHIP</i> DI PERGURUAN TINGGI	
Endang Ruswanti, Ken Martina, Arief Suwandi	136
KEYAKINAN DIRI MAHASISAWA DALAM BERWIRAUSAHA	
Elsye Tandelilin.....	137
MAPPING OF MICRO AND SMALL MEDIUM ENTERPRISES PARTNERS OF PT. TELEKOMUNIKASI INDONESIA, TBK IN GREATER BANDUNG AREA	
Ernie Tisnawati Sule, Budi Harsanto, Mokhamad Anwar, Wardhana, Sunu Widiyanto, Dika Jatnika.....	138
PERANAN ORIENTASI BUDAYA INDIVIDU TERHADAP NIAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS TANJUNGPURA	
Endang Dhamayantie	139
EFISIENSI DAN INOVASI SYARAT BAGI UMKM BATIK UNTUK BERSAING MENGHADAPI ASEAN ECONOMIC COMMUNITY 2015 (Analisis di Kabupaten Semarang, Jawa Tengah, Indonesia)	
Edy Dwi Kurniati	140
STUDI DESKRIPTIF NIAT PENGUSAHA PEREMPUAN DI SURABAYA UNTUK BERWIRAUSAHA	
Fitri Novika Widjaja.....	141
STUDENT ENTREPRENEURSHIP, PROSPECT OR PROBLEMS?	
Fernando Mulia, Vincentia Wahyu Widajatun.....	142
ENTREPRENEURIAL INTENTION ON FACULTY ECONOMICS AND BUSINESS STUDENTS, UNIVERSITY OF SUMATERA UTARA	
Frida Ramadini, Inggrita Gusti Sari Nasution.....	143
MATA KULIAH KEWIRAUSAHAAN BAGI MULTIDISIPLIN ILMU	
Hanny Tjandra.....	144
PENGARUH KARAKTERISTIK WIRAUSAHAWAN DAN LINGKUNGAN INTERNAL TERHADAP KEMANDIRIAN USAHA	
Ita Rifiani Permatasari.....	145
PENGARUH PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN PADA MINAT MAHASISWA UNTUK BERWIRAUSAHA	
Joseph L. Eko Nugroho, Andhy Setyawan.....	146
ENHANCING COMPETITIVENESS IN BUSINESS THROUGH ENTREPRENEURIAL MANAGEMENT EDUCATION AS A STRATEGY IN FACING REGIONAL OPPORTUNITIES AND CHALLENGES	
John Tampil Purba	147

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI POLA PIKIR BERWIRAUSAHA (STUDI KASUS MAHASISWA UNIVERSITAS SUMATERA UTARA) Marhaini, Ritha. F. Dalimunthe, Inneke Qamariah	148
KAPABILITAS KEWIRAUSAHAAN DAN KEMAMPUAN DINAMIS PERUSAHAAN: PEMBELAJARAN ORGANISASIONAL SEBAGAI VARIABEL PEMEDIASI Maria Pampa Kumalaningrum, Rahmat Purbandono	149
KAJIAN LITERATUR: MODEL PERENCANAAN KEUANGAN KELUARGA DALAM MENGEMBANGKAN BISNIS KELUARGA Martalena, Asni Harianti	150
MODEL PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MELALUI PELATIHAN UMKM BERJENJANG SEBAGAI PENGAPLIKASIAN <i>ENTREPRENEURIAL MANAGEMENT</i> Noviaty Kresna Darmasetiawan	151
ANALISIS INTENSI KEWIRAUSAHAAN STUDI PERBANDINGAN ANTARA LULUSAN PERGURUAN TINGGI DAN LULUSAN SEKOLAH MENENGAH TINGKAT ATAS Nuning Kristiani	152
PERAN MEDIA JEJARING SOSIAL INSTAGRAM PADA <i>TECHNOPRENEURSHIP</i> Prita Ayu Kusumawardhany, Juliani Dyah Trisnawati	153
EKSPLORASI STRATEGI MERANCANG USAHA MELALUI KONSEP KEWIRAUSAHAAN, PENDIDIKAN MOTIVASI, IMAJINASI, INTUISI SERTA TANGGUNG JAWAB SOSIAL MENUJU WIRAUSAHA SUKSES Purnamie Titisari	154
LOCAL GOVERNMENT'S ENTREPRENEURSHIP AND SMALL MEDIUM ENTERPRISE ADVANCEMENT Rizal Hari Magnadi	155
PENGEMBANGAN KEWIRAUSAHAAN DI INDONESIA BERBASIS <i>TRIPLE HELIX</i>: PENDEKATAN KONSEPTUAL Rudy Badrudin, Shita Lusi Wardhani	156
PERANAN MODERASI <i>FIRM SIZE</i> ANTARA INOVASI DAN KINERJA KEUANGAN PADA USAHA KECIL DAN MENENGAH DI KOTA MALANG Sidik Ismanu	157
MODEL DAN STRATEGI PEMBERDAYAAN EKONOMI MASYARAKAT BERBASIS KEWIRAUSAHAAN PADA KAWASAN TAMBANG NIKEL SECARA SINERGIS MELALUI OPTIMALISASI PEMANFAATAN <i>CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)</i> DI KORIDOR IV SULAWESI Saharuddin, Husnah, Husen Muh.Saleh	158
PERAN INDIVIDUAL COMPETENCE SEBAGAI MEDIATING VARIABLE DALAM HUBUNGAN CUSTOMER-KNOWLEDGE CREATION CAPABILITY DENGAN KINERJA HUBUNGAN ANTAR BAGIAN STUDI PADA KARYAWAN SETINGKAT SUPERVISOR PABRIK GULA JATIROTO Sri Wahjuni Astuti, Yosef Antonius	159

PENGEMBANGAN MODEL DAYA SAING INDUSTRI KREATIF BATIK GEDOG DI JAWA TIMUR	
Sri Wahyu Lelly Hana Setyanti.....	160
PERMASALAHAN KEWIRAUSAHAAN PELAKU USAHA KECIL BIDANG KERAJINAN DI KOTA CIMAH	
Sri Hastuti, Asep Kurniawan.....	161
THE ROLE OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) FOR THE DEVELOPMENT OF ENTREPRENEURIAL ATTITUDES AND THE MICRO & SMALL BUSINESS ENTREPRENEURS INCOME IN PEKANBAR	
Sri Indarti, Yulia Efni.....	162
MENUMBUH KEMBANGKAN INTENSI KEWIRAUSAHAAN MAHASISWA MELALUI MODEL PEMBELAJARAN KONTEKSTUAL	
Tapi Rondang Ni Bulan, Pitono.....	163
ENTREPRENEURS OF DISABLED PEOPLE MANAGEMENT	
Wendra Hartono.....	164
PENGELOLAAN PROGRAM PEMBERDAYAAN BAGI WANITA WIRAUSAHA	
Yunia Afiatin.....	165
STANDARISASI USAHA MIKRO DAN KECIL (UMK)	
Yuyus Suryana Sudarma, Wardhana, Budi Harsanto, Mokhammad Anwar.....	166
LIM ORGANISASI SEBAGAI VARIABEL MEDIASI ANTARA KEPEMIMPINAN TRANSFORMASIONAL, <i>SELF LEADERSHIP</i> TERHADAP <i>INTRAPRENEURSHIP</i> (STUDI KASUS PADA PERBANKAN SYARIAH MEDAN)	
Yasmin Chairunisa Muchtar, Inneke Qamariah, Marhayanie.....	167
KEWIRAUSAHAAN MANDIRI PEREMPUAN BERBASIS KEARIFAN LOKAL DAN FILOSOFI HINDU DI BALI	
Made Wahyu Adhiputra.....	168

MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA

THE EFFECT OF THE COMPENSATION SYSTEM TOWARDS EMPLOYEE MOTIVATION LEVEL IN THE HUMAN RESOURCES DEPARTMENT AT THE PLN WEST JAVA AND BANTEN DISTRIBUTION OFFICE	
Andre Harjana Damanik, Arif Partono Prasetyo, Bachruddin Saleh Luturlean.....	171
PENGARUH BUDAYA PERUSAHAAN TERHADAP KINERJA KARYAWAN DI MIROTA BATIK YOGYAKARTA	
Alka Febriansyah, Trias Setiawati.....	172
EFFECTS OF PSYCHOLOGICAL CLIMATE ON JOB INVOLVEMENT WITH AFFECTIVE COMMITMENT AS A VARIABLE MEDIATION ON EMPLOYEES IN EARLY CHILDHOOD EDUCATION (PAUD) SUKOHARJO, CENTRAL JAVA	
Andriyastuti Suratman.....	173

PENGARUH PERCEIVED ORGANIZATIONAL SUPPORT OF CREATIVITY DAN CREATIVE SELF EFFICACY TERHADAP KREATIVITAS DENGAN KEPUASAN KERJA SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA SMILE ISLAND ADVERTISING DI SURABAYA	
Anis Eliyana, Tri Siwi Agustina.....	174
PENGARUH HUMAN CAPITAL DIMENSION PADA NEW VENTURE PERFORMANCE (STUDI PADA MAHASISWA PELAKSANA PROGRAM MAHASISWA WIRAUUSAHA UNAIR)	
Arif Firmansyah	175
THE CONSTRUCT OF JOB SATISFACTION MEASUREMENT: MULTIPLE vs. SINGLE ITEM FACETS (A CASE STUDY OF ECONOMICS & BUSINESS LECTURERS' JOB SATISFACTION)	
Arif Hartono	176
STRES KERJA: PENYEBAB, DAMPAK, DAN CARA MENGATASINYA PADA LEVEL INDIVIDUAL MAUPUN ORGANISASIONAL	
Agung Hasbul Wathon, Arif Hartono	177
BUDAYA ORGANISASI SEBAGAI PEMEDIASI PENGARUH KEPEMIMPINAN TRANSFORMASIONAL DAN TRANSAKSIONAL TERHADAP KINERJA KARYAWAN (Studi Kasus pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk)	
Anik Herminingsih, Yody Alimangkutana.....	178
CSR DI PERUSAHAAN INDONESIA DAN DAMPAK TERHADAP MASYARAKAT	
Christine Dwi Karya Susilawati	179
PERILAKU MACHIAVELLIAN TERHADAP KEPUASAN KERJA, KEPUTUSAN ETIS DAN IDEOLOGI ETIKA PADA AKUNTAN	
Candra Sinuraya, Febiyanti Jesica.....	180
THE ROLE OF PSYCHOLOGICAL CONTRACT AND ORGANIZATIONAL SUPPORT ON ORGANIZATIONAL COMMITMENT AND ORGANIZATIONAL CITIZENSHIP BEHAVIOR: STUDY OF YOUNG ENTREPRENEUR IN MANAGEMENT PRACTICES	
Christantius Dwiatmadja, Ade Irma Anggraeni	181
PERAN MEDIASI MOTIVATION DAN JOB SATISFACTION PADA HUBUNGAN PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY INVOLVEMENT TERHADAP ORGANIZATIONAL IDENTIFICATION	
Dwi Ratnawati, Siti Sulasmi	182
PENGARUH KOMITMEN ORGANISASI DAN KOMITMEN PROFESIONAL TERHADAP KEPUASAN KERJA (Studi Kasus Pada Perusahaan AJB Bumiputera Kantor Pusat)	
Devi Septiani, Tri Prihatini EKP	183
PENGARUH KECERDASAN EMOSIONAL DAN KOMITMEN ORGANISASIONAL TERHADAP PERILAKU KEWARGAAN ORGANISASIONAL PEGAWAIDINAS PERTANIANDAN KELAUTAN PEMERINTAHKOTA MEDAN	
Elisabet Siahaan, Fitra Syahdika Miraza.....	184

MODEL KESUKSESAN KARIR PARA DISTRIBUTOR PADA PERUSAHAAN <i>MULTI LEVEL MARKETING</i> (MLM) DENGAN MEMBANGUN KOMPETENSI DAN KOMITMEN KEWIRAUSAHAAN YANG DIMODERASI OLEH MOTIVASI KEWIRAUSAHAAN Elisabet Siahaan, Prihatin Lumbanraja, Yasmin Chairunisa Muchtar	185
MANAJEMEN IMPRESI DALAM KONTEKS BUDAYA JARAK KEKUASAAN DAN KOLEKTIVITAS TINGGI DI INDONESIA: IMPLEMENTASI DAN IMPLIKASINYA Fenika Wulani	186
PENGEMBANGAN SISTEM EVALUASI JABATAN METODE SISTEM POIN KOMPETENSI SEBAGAI DASAR PENGELOLAAN REMUNERASI DAN SISTEM KARIR DI PERGURUAN TINGGI Harry Widyantoro, Tjahjani Prawitowati	187
EFIKASI DAN DETERMINASI DIRI PELAKU PROGRAM DIET OCD: METODE ANALISIS ISI PADA MEDIA SOSIAL Ida Bagus Gede Adi Permana, Tri Siwi Agustina	188
KEMAMPUAN MANUVER INOVASI LAYANAN DALAM MENINGKATKAN KINERJA TENAGA PENJUALAN Jasanta Peranginangin	189
ANALISIS KOMPETENSI PENGRAJIN SEPATU SEBAGAI DAYA SAING DALAM RANGKA MENGHADAPIMASYARAKAT EKONOMI ASEAN (MEA) (Kajian Pada Sentra Sepatu Cibaduyut Jawa Barat) Joeliaty	190
PENGARUH <i>PERCEIVED SUPPORT</i>, <i>FEAR OF FAILURE</i> DAN <i>SELF-EFFICACY</i> TERHADAP NIAT BERWIRAUSAHA PADA MAHASISWA S1 MANAJEMEN FEB UNIVERSITAS AIRLANGGA Jovi Sulistiawan.....	191
MODEL GAYA PENGAMBILAN KEPUTUSAN, KETERAMPILAN DAN KARAKTERISTIK PEKERJAAN YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN KERJA KARYAWAN (Studi Kasus pada Pengusaha Kecil Bidang Konstruksi di Kota Palu) Lina Mahardiana	192
REGENERASI DAN TRANSFER NILAI BUDAYA ORGANISASI PADA PERUSAHAAN KELUARGA (STUDI KASUS KUALITATIF PADA CV. MUBAROKFOOD CIPTA DELICIA, KUDUS) Mafas Andar Moyan, Suhartini	193
PENGARUH KEPUASAN KERJA DAN MOTIVASI BERPRESTASITERHADAP KOMITMEN KERJA PEGAWAI DENGANKEPEMIMPINAN SEBAGAI VARIABEL MODERATING DI SUMATERA UTARA M. Safii Murad Daulay.....	194
PEKERJAAN SEBAGAI PANGGILAN TERHADAP <i>WORK ENGAGEMENT</i> YANG DIMODERASI OLEH KEBERMAKNAAN DAN IDENTITAS PEKERJAAN Meily Margaretha, Sin Nio Rita	195
USULAN PENINGKATAN KEPUASAN SISWA KELAS XII DI RUMAH BELAJAR 'X' Maya Indriyani Samosir, Christina Wirawan	196

PENGARUH STATUS KARYAWAN TERHADAP EFEKTIVITAS KERJA DENGAN KOMITMEN KERJA SEBAGAI VARIABEL INTERVENING Nurfalimsa Piu, Suhartini	197
DESAIN PENILAIAN KINERJAPADA USAHA KECIL MENENGAH Nuri Herachwati,Windijarto, Galuh Wirasmara Dewi	198
<i>EMOTIONAL INTELLIGENCE DAN CULTURAL INTELLIGENCE</i> PENGARUHNYA TERHADAP <i>INNOVATIVE WORK BEHAVIOUR</i> DAN KINERJA KARYAWAN Nurullaily Kartika.....	199
PENGARUH BUDAYA ORGANISASI DAN MOTIVASI TERHADAP KINERJA KARYAWAN DI PT BANK MANDIRI Tbk (Persero)CABANG PRIORITAS GEDUNG SAMPOERNA SURABAYA Nurtjahja Moegni, Noverita Panggabean	200
THE MEDIATING ROLE OF MENTAL MODEL ON THE RELATIONSHIP BETWEEN INTERACTIVE PERFORMANCE MEASUREMENT SYSTEMS ON EMPLOYEE PERFORMANCE Nova Mardiana.....	201
PENGARUH STRES KERJA TERHADAP KETIDAKPUASAN KERJA KARYAWAN BERDASARKAN GENDER PADA GARUDA PLAZA HOTEL MEDAN Parwinder Kaur, Yeni Absah.....	202
PERAN KARAKTERISTIK PEKERJAAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI ANTARA DUKUNGAN KELUARGA DENGAN KEPUASAN KARIER WANITA PADA LEVEL MANAJER MENENGAH Praptini Yulianti,Suhermawan	203
ANALYSIS OF VARIABLES AFFECTING TO FINAL GRADES HEALTH AND SAFETY WORK TRAINING (Case Study: Health and Safety Work Training By PT. IKS) Rorim Panday.....	204
PENGARUHIKLIM ORGANISASI TERHADAP KEINGINAN KELUAR (<i>TURNOVER INTENTION</i>) PEGAWAI DENGAN MEDIASI KEPUASAN KERJA DAN KOMITMEN ORGANISASIONAL (Studi Kasus Pada Kantor Wilayah DJP Kalimantan Barat) Rizky Fauzan dan Katno	205
PENGARUH LINGKUNGAN KERJA FISIK TERHADAP KEPUASAN KERJA PEGAWAI NEGERI SIPIL SELURUH KECAMATANDI KOTA CIMAHI R.M. Juddy Prabowo, Sri Hastuti.....	206
ANALISIS PENGARUH REPUTASI DAN BUDAYA ORGANISASI UNTUK MENINGKATKAN KINERJA ORGANISASI MELALUI STRATEGI KOMPETENSI PERGURUAN TINGGI SWASTA (PTS) DI KOTA MEDAN Saskia, TeguhSetiawan, Alda Kartika	207
THE EFFECT OF COMPETENCE, EDUCATION AND TRAINING, TEACHING EXPERIENCE TO LECTURER PERFORMANCE IN BATAM Sri Langgeng Ratnasari	208

SUKSESI BISNIS BATIK DI KOTA PEKALONGAN (Studi Kualitatif Tiga Industri Batik Skala Kecil-Menengah)	
Susminingsih, Imam Kanafi	209
PENGARUH BUDAYA TOLERANSI KEKUASAAN TERHADAP PERSEPSI KARIR BIROKRATIK DAN PROFESIONAL	
(Studi Empirik pada Profesi Perawat RS. Islam Sultan Agung Semarang)	
Sri Rahayuningsih, Tristiana Rijanti, Kis Indiraningrum	210
PENGARUH IKLIM ORGANISASI TERHADAP MOTIVASI DAN PRESTASI BELAJAR MAHASISWA POLITEKNIK NSC SURABAYA	
Siti Mahmudah	211
IMPLIKASI PRAKTEK-PRAKTEK MANAJEMENSUMBER DAYAMANUSIA TERHADAP KOMPETENSI, MOTIVASI DAN KINERJA DOSEN PERGURUAN TINGGI NEGERI DI SULAWESI SELATAN	
Siti Haerani, Idayanti, Wardhani Hakim, Haeriah Hakim	212
PRAKTIK MANAJEMEN SUMBERDAYA MANUSIA BERBASIS REGULASI DAN KOMPETISI	
(STUDI KASUS PADA PERUSAHAAN UNGGUL X DI JAWA TENGAH)	
Trias Setiawati	213
ADVERSITY QUOTIENT : BERBEDAKAH ANTARA MAHASISWA PRIA DANWANITA?	
Tri Siwi Agustina	214
VARIABEL ANTESEDEN KOMITMEN ORGANISASI DAN KINERJA PERAWAT	
STUDI PADA BEBERAPA RUMAH SAKIT DI SAMARINDA	
Tetra Hidayati	215
MODEL PENGEMBANGAN PROGRAM CORPORATE SOCIAL RESPONCIBILITY (CSR) MELALUI PEMBERDAYAAN MODAL INTELEKTUALDALAM UPAYA PENINGKATAN PEMERATAAN PENDIDIKAN (SURVEY DI KOTA BANDUNG	
Wa Ode Zusnita, Ernie Tisnawati, Layyinaturrobaniyah	216
PENGARUH PROFESIONALISME DAN STRES KERJA TERHADAP KEPUASAN KERJA KARYAWAN	
(Studi Pada Rumah Sakit PT. Perkebunan Nusantara III Sei Dadap)	
Yosevine Girlbert Silalahi, Ismi Darmastuti	217
REKOMENDASI DESAIN OPERASI PELAYANAN PUBLIK MELALUI EVALUASI PEMENUHAN HARAPAN MASYARAKAT DAN PENGUKURAN KINERJA (MEMBIDIK PELAYANAN PUBLIK NEGARA CHINA)	
Yuli Harwani, Hesti Maheswari	218
PENGARUH LINGKUNGAN TERHADAP PRESTASI BELAJAR MAHASISWA MALAU KARAKTER MAHASISWA BIDIK MISI PADA UNIVERSITAS SUMATERA UTARA	
Yulinda, Lisa Marlina	219

MANAJEMEN PEMASARAN

INDONESIA DALAM PENGEMBANGAN INOVASI PRODUK DAN KREATIVITAS BERPENGARUH TERHADAP DIFERENSIASI PRODUK MELALUI KERAJINAN TANGAN YANG MENDULANG KESUKSESAN (Penelitian Rajutan DOWA, di Godean, Desa Sidomoyo, DI. Yogyakarta) Adjeng Mariana Febrianti.....	223
PREDIKTOR INTENSITAS PERILAKU KONSUMEN DALAM <i>ELECTRONIC SHOPPING</i> MELALUI SOSIAL MEDIA ONLINE Anas Hidayat.....	224
MENGUKUR TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN PADA USAHA JASA PENDIDIKAN DAN PELATIHAN LUAR RUANG Andi Iswoyo, Didik Daryanto	225
PENGARUH IKLAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SABUN MUKA BIORE Ari Anggarani Winandi Prasetyoning Tyas	226
DAMPAK PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL TERHADAP PENGEMBANGAN USAHA PADA PELAKU UMKM BINAAN PERTAMINA WILAYAH I MEDAN Ami Dilham, Fivi Rahmatus Sofiyah, Marhayanie	227
SIKAP KONSUMEN TERHADAP <i>ACCOUNT OFFICER</i> SERTADAMPAKNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUKPERBANKAN DI BANDARLAMPUNG Aida Sari.....	228
ANALISIS PENGARUH MANFAAT-MANFAAT RELASIONAL TERHADAP KUALITAS RELASIONAL DAN KONSEKUENSINYA PADA KOMUNIKASI <i>WORD OF MOUTH POSITIVE (Positive WOM)</i> DAN LOYALITAS (STUDI EMPIRIS PADA NASABAH PINJAMAN DI BPR "AS" SEMARANG) Alimuddin Rizal R, Teguh H Prayitno, Endang Cahyaningsih, RA.Marlien.....	229
PENILAIAN LAYANAN YANG BERKEADILAN PADA SEKTOR PUBLIK Albari.....	230
PENERAPAN STRATEGI EXPERIENTIAL MARKETING UNTUK MENINGKATKAN MINAT BERKUNJUNG KE ISTANA MAIMUN MEDAN Beby Karina, Endang Sulistya Rini, Magdalena LL Sibarani.....	231
ANALISIS KETERGANTUNGAN KONSUMEN PADA SMARTPHONE DAN DAMPAKNYA TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN Budi Astuti, Felga Yulandri	232
EFEKTIFITAS ORIENTASI ORGANISASI DALAM MENDORONG DAN DIDORONG PASAR TERHADAP PROSES PEMBELAJARAN DAN INOVATIFITAS SUPPLIER GRUP ASTRA Badri Munir Sukoco, Sri Gunawan	233
PENGARUH ATRIBUT TOKOTERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN MINIMARKET DI SURABAYA Basuki Rachmat, Trisa Indrawati, Harry Widyantoro.....	234

HOW DOES THE LIFE STYLE INFLUENCE THE CONSUMER PREFERENCE IN CHOISING THE FOREIGN PRODUCT OR THE LOCAL PRODUCT Budhi Haryanto, Awang Febrianto	235
PENGARUHKUALITAS LAYANAN, KEPUASAAN, DAN SWITCHING COST TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN Citra Oktadina, Albari	236
THE IMPACT OF TRUST AND SATISFACTION ON CUSTOMER LOYALTYON ISLAMIC BANKS IN MAKASSAR Dian Anggraece Sigit Parawansa	237
PERSEPSI TAMU AKAN KEPENTINGAN ATRIBUT HOTEL SAVOY HOMANN BIDADARA Dewi Pancawati Novalita, Endah Fitriyani	238
ANALISIS DAN USULAN STRATEGI PEMASARAN BERDASARKANFAKTOR-FAKTORYANGBERPENGARUHTERHADAPLOYALITAS PELANGGAN DAN PERSAINGAN (STUDI KASUS: PRODUK TELKOM FLEXI TRENDY DI BANDUNG) Decky Andala Yudha, Elty Sarvia	239
PENGARUH KOMUNIKASI WOM NEGATIF SECARA ONLINE PADAPENOLAKAN PEMBELIAN ULANG Dien Mardhiyah.....	240
PENGARUH ORIENTASI WIRAUSAHA, KREATIVITAS PROGRAM PEMASARAN DAN DINAMIKA LINGKUNGAN TERHADAP KINERJA PEMASARAN (STUDI PADA INDUSTRI TAIS DI DILI TIMOR-LESTE) Dyah Sawitri, Andarwati, Ipolito Soares.....	241
PENGARUH CITY BRANDING TERHADAP KEPUTUSANBERKUNJUNG KE KOTA SEMARANG Euis Soliha, H.Hasan Abdul Rozak, R. Basiyo,Ujjianto Purwanto.....	242
PENGARUH STRUKTUR PASAR DAN PERILAKU PASAR TERHADAP KINERJA PASAR BIJI KAKAO DI KABUPATEN ACEH UTARA Erni Junaida.....	243
STRENGTHEN THE BRAND EQUITY OF PRIVATE COLLEGE (PTS) THROUGH MANAGING WORD OF MOUTH AND VIRAL MARKETING Farida, Herry Agung Prabowo	244
BELAJAR PEMASARAN DARI GURU PEMASARAN: IBLIS Gancar Candra Premananto.....	245
PENINGKATAN REPUTASI PARTAI POLITIK MELALUI PENGEMBANGAN MODEL POLITICAL MARKETING (SURVEY PADA PEMILIH MAHASISWA UPI PADA PEMILU 2014) Heny Hendrayati, Vanessa Gaffar.....	246
ANALISIS PENGARUH KEPERIBADIAN MEREK CHARLES & KEITH TERHADAP KEPERIBADIAN DIRI KONSUMEN DI JAKARTA (Studi Kasus Di Mall Pondok Indah, Jakarta Selatan) I'in Endang Mardiani, Christine Lucia Dengah	247

KAJIAN LITERATUR CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT: MODEL PENGEMBANGAN IKATAN EMOSIONAL PELANGGAN MELALUI CUSTOMER CONTACT CENTER DI INDUSTRI PENDIDIKAN	
Ika Gunawan, Nonie Magdalena	248
PENGARUH <i>OUTCOME QUALITY</i>, <i>INTERACTION QUALITY</i>, DAN <i>PEER TO PEER QUALITY</i> TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN RAWAT JALAN DI RS X SURABAYA	
Kurniawan Budiono, Dudi Anandya	249
PENGARUH EWOM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN MELALUI <i>E- COMMERCE</i> (BISNIS ONLINE)	
Kezia Kurniawati	250
ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN PENERBANGAN YANG MENIMBULKAN <i>WORD OF MOUTH</i> PENUMPANG PADA MASKAPAI PENERBANGAN LION AIR	
Murwanto Sigit, Denata Enggar Wibowo	251
THE INFLUENCE COUNTRY OF ORIGIN TOWARD BRAND EQUITY	
Muchsin Muthohar, Eka Sharfina. S	252
ANALISIS INDEKS KEPUASAN PELANGGAN JASA LAYANAN BANDARA SOEKARNO HATTA – JAKARTA DALAM RANGKA <i>OPEN SKY POLICY</i> 2015	
Mohamad Rizan	253
<i>CUSTOMER-BASED BRAND EQUITY</i> DESTINASI WISATA KOTA BATU	
Masmira Kurniawati	254
PENGARUH MEDIA MASSA TERHADAP NIAT KONSUMEN MEMBELI PRODUK BERLABEL HALAL	
Muniaty Aisyah	255
ANALISIS PENGARUH <i>BRAND IMAGE</i> (CITRA MEREK) TERHADAP LOYALITAS PENGGUNA HANDPHONE MEREK SAMSUNG (STUDI KASUS PADA MAHASISWA UNIVERSITAS ESA UNGGUL FAKULTAS EKONOMI)	
Nina Nurhasanah, Ari Anggarani WPT, Yossa Thio Rinaldi	256
PEMODELAN KEPUASAN DAN MINAT BERPERILAKU PASIEN RAWAT INAP PUSKESMAS BERBASIS <i>SERVICE DELIVERY SYSTEM</i>: IMPLIKASINYA TERHADAP KEBIJAKAN	
Nugroho Mardi Wibowo, Yuyun Widiastuti, Dwi Lesno Panglipursari	257
PERBANDINGAN BAURAN ECERAN ANTARA ALFAMART DENGAN SBMART	
Nina Maharani	258
KAJIAN LITERATUR: MODEL KUALITAS HUBUNGAN B2B SEBAGAI DASAR PENGEMBANGAN MARKETING C2C DI BISNIS ONLINE	
Nonie Magdalena	259

PENGARUH FAKTOR-FAKTOR ANTESEDEN E-CUSTOMER SATISFACTION, E-CUSTOMER TRUST DAN COMPULSIVE BUYING PADA PEMBENTUKKAN E-CUSTOMER LOYALTY Petra Surya Mega Wijaya, Ety Istriani	260
FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI SIKAP KONSUMEN TERHADAP WEBSITE JASA Retno Wulandari	261
ANALISIS PENGARUH PENGALAMAN PEMASARAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPERCAYAAN MEREK DAN DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN (Studi kasus: Dapur Cokelat Cabang Greenville) Ria Rivisa, Lia Amalia	262
KOMPARASI PROGRAM CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) TERHADAP KESEJAHTERAAN SOSIAL-EKONOMI MASYARAKAT PADA PERUSAHAAN TAMBANG BAUKSIT DI KALIMANTAN BARAT Ramadania, Nurul Bariyah, Rosyadi	263
LITERATURE REVIEW OF SPORT EVENT IMPACT ON DEVELOPMENT OF TOURISM Ratni Prima Lita	264
MEDIASI SIKAP PENONTON FILM TERHADAP INTENSI MENONTON FILM NASIONAL: KAJIAN <i>MOVIE VIEWING</i>, <i>ETHNOSENTRISME</i> DAN <i>CULTURAL PROXIMITY</i> SEBAGAI VARIABEL ANTESENDEN Rina Astini	265
INFLUENCES OF PRODUCT, PRICE, AND LOCATION ON CUSTOMER SATISFACTION RABBANI IN LANGSA, ACEH Suri Amilia, Endang Sulistya Rini, dan Arlina Nurbaity Lubis	266
ANALISIS PENGARUH KINERJA LAYANAN <i>THIRD PARTY LOGISTICS</i> TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN DALAM USAHA MIKRO KECIL MENENGAH YANG BERBASIS <i>E-COMMERCE BUSSINESS</i> Siti Nursyamsiah, M.Rifkiyani	267
COMPARATIVE ANALYSIS OF PURCHASE DECISION CCTV CAMERA ON SECURITY EXPERT AND UD. KARUNIA IN TERMS OF PRICE, QUALITY PRODUCTS, QUALITY SERVICES, PROMOTION TO IMPROVE THE ENTREPRENEURIAL MANAGEMENT AND COMPANY'S COMPETITIVE ADVANTAGE (A CASE STUDY OF ENTREPRENEURIAL PROJECT CLASS IN CIPUTRA UNIVERSITY) Sonata Christian, Antonio Gunawan	268
NEGARA ASAL MEREK (<i>COUNTRY OF ORIGIN</i>) DAN HUBUNGANNYA DENGAN PERSEPSI KUALITAS SERTA KEPERCAYAAN PADA MEREK PRODUK SEPATU OLAH RAGA Soni Harsono	269
EFEK PERSUASI METAFORA DAN TAMPILAN VISUAL/VERBAL IKLAN POLITIK DI TWITTER: PERBANDINGAN ANTARA PEMILIH PEMULA DAN PEMILIH ULANG Sony Kusumasondjaja	270

ANALISIS VALUE CONSCIOUSNESS, CONSPICUOUS CONSUMPTION TERHADAP WILLINGNESS TO BUY PRODUK COUNTERFEIT DENGAN ABILITY TO PAY SEBAGAI VARIABEL MODERATOR Sri Hartini, Nurtjahja Moegni.....	271
PERAN INDIVIDUAL COMPETENCE SEBAGAI MEDIATING VARIABLE DALAM HUBUNGAN CUSTOMER-KNOWLEDGE CREATION CAPABILITY DENGAN KINERJA HUBUNGAN ANTAR BAGIAN STUDI PADA KARYAWAN SETINGKAT SUPERVISOR PABRIK GULA JATIROTO Sri Wahjuni Astuti, Yosef Antonius.....	272
PROMOTIONAL USE IN THE CONTEXT FOR SHOPPING PRODUCTS WITH LOW INVOLVEMENT MEDIATED BY BRAND AWARENESS AND PERCEIVED VALUE Soemarjati Tjokroamidjojo, Anastasia Riani Suprpti.....	273
HUBUNGAN ATRIBUT PRODUK DAN CITRA MEREK DENGAN LOYALITAS PELANGGAN <i>SMARTPHONE</i> MEREK BLACKBERRY (Survei pada Mahasiswa Angkatan 2012 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jenderal Achmad Yani) Siti Herawati.....	274
ANTESEDEN PERILAKU <i>GREEN BUYING</i> KAUM MUDA Tanti Handriana.....	275
PENGARUH STRATEGI Bauran Pemasaran dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Sabun Sunlight Cair di Kabupaten Aceh Tamiang Tengku Putri Lindung Bulan, Endang Sulistya Rini.....	276
THE INFLUENCE OF MARKETING MIX TO PURCHASE DECISION OF SAMSUNG MOBILE PRODUCT AND THE IMPACT ON CUSTOMER SATISFACTION Triesti Candrawati.....	277
PEMBENTUK <i>WORD OF MOUTH</i> PADA PENUMPANG PENERBANGAN <i>LOW COST CARRIER</i> DI INDONESIA Yasintha Soelasih.....	278
PENENTU EKUITAS MEREK PADA MOBIL MEREK MERCEDES-BENZ: STUDI KASUS DI SURABAYA Y. Lilik Rudianto.....	279
IMPLEMENTASI TEKNOLOGI INFORMASI <i>ENTERPRISE RESOURCE PLANNING (ERP)</i> STUDI PADA PERUSAHAAN KEMASAN Eko Purwanto, Prasetyohadi, Firman Dwilaksono Rahardianto.....	280
LOYALITAS MELALUI PENDEKATAN DETERMINAN <i>EKSPERIENTAL MARKETING</i> DAN PENGARUHNYA TERHADAP <i>WORD OF MOUTH</i> (Studi Pada Hotel Berbintang di Samarinda) Rahmawati.....	281

**ANALISIS DAN USULAN STRATEGI PEMASARAN BERDASARKAN
FAKTOR-FAKTOR YANG BERPENGARUH TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN DAN PERSAINGAN
(STUDI KASUS: PRODUK TELKOM FLEXI TRENDY DI BANDUNG)**

Decky Andala Yudha¹⁾, Elty Sarvia²⁾

¹⁾ Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik - Universitas Kristen Maranatha

Jl Prof. drg. Soeria Sumantri 65 Bandung- 40164

Email : decky.andala.yudha@gmail.com¹⁾, eltysarvia@yahoo.com²⁾

Abstrak – PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk is a telecommunication and network services provider in Indonesia. The Company provides InfoComm services, fixed wireline and fixed wireless, mobile telephone, data and internet, network and interconnection, either directly or through subsidiaries. Problems faced by Flexi was a decrease in average revenue per customer per month or also known as ARPU (Average Revenue per User) for wireless telecommunications in Telkom Bandung regional. It was shown from the data in 2009 for ARPU Flexi Bandung regional was 19,000 IDR, and in 2010 Flexi ARPU decreased to 16,000 IDR. This research aimed to propose a marketing strategy that was expected to increase customer loyalty.

Data collected by interviewing the company management, distributing preliminary questionnaire and final questionnaire. Preliminary questionnaire used to find competitors of Flexi which were Esia, IM3 and XL. The next step was to develop a final questionnaire using the Marketing Mix 7P concept and the names of the Flexi competitors. Final questionnaire was divided into 3 parts which were the profile of respondents, the level of importance and the satisfaction of mobile operators that were surveyed, brand loyalty. The preliminary questionnaire and the final questionnaire were distributed to 100 respondents. The sampling technique used in the questionnaire was purposive sampling.

The final questionnaire was processed using multiple linear regression method, dissatisfaction hypothesis testing, Importance Performance Analysis Method and Duncan Test. Multiple linear regression method was used to determine which variables that influence customer loyalty, dissatisfaction hypothesis test to determine the level of customer satisfaction on the performance of Flexi, Importance Performance Analysis Method to determine which variables were included in the quadrant improvement, and Duncan test to

determine the map of competitiveness of Flexi, whether win, competitive or lost behind its competitors.

Flexi's target market were 2 - 41 years old and occupation as a private sector employees, civil servants / SOE, high school students and college students. Flexi positioned itself as a service provider to the telecommunications services at cheap rate, which was in line with the new slogan carried by Flexi "**More Economic, Isn't It ?**". Priority improvements based on the results of Multiple Linear Regression test, Dissatisfaction Hypothesis Testing, Importance Performance Analysis charts such as Flexi should provide cheap SMS rates to all mobile operators, Providing SMS packages seemed necessary to meet the diverse customers needs, Flexi can provide daily SMS package, weekly SMS package, or monthly SMS package, increasing the number of customer service so that customers did not wait too long to talk with customer service.

Key words : Multiple Linear Regression test, Dissatisfaction Hypothesis Testing, Importance Performance Analysis charts and Duncan Test

I. PENDAHULUAN

Perkembangan dunia telekomunikasi dewasa ini terjadi sangat pesat. Hal ini ditandai dengan munculnya perusahaan-perusahaan telekomunikasi baru. Setiap perusahaan berlomba-lomba dan bersaing untuk menjadi yang terbaik. Dengan banyaknya perusahaan yang berkecimpung di dunia telekomunikasi, maka setiap perusahaan telekomunikasi dituntut untuk selalu berinovasi dan berkembang.

Memasuki era baru, persaingan yang ketat menyebabkan perusahaan sulit untuk meningkatkan jumlah pelanggan, dipasar yang sudah ada, terlalu banyak produk dengan berbagai keunggulan serta nilai lebih yang ditawarkan oleh pesaing. Disisi lain, untuk memasuki pasar yang baru memerlukan biaya yang cukup besar.

Penetrasi selular yang sudah 70 % memasuki masa jenuh. Masalah ini yang dihadapi oleh setiap operator selular. Dari data yang dikeluarkan oleh ATSI (Asosiasi Telepon Seluler Indonesia) dari 180 juta pelanggan selular 90 % adalah pelanggan prabayar. Loyalitas pelanggan Prabayar lebih rendah dari pelanggan pascabayar. Hal ini dapat dilihat dari *churn rate* (rata-rata kartu hangus) untuk semua operator selular prabayar yang mencapai 26%. Pelanggan selular prabayar memiliki kemudahan untuk mengganti kartu selular yang lama dengan yang baru tanpa terikat dengan aturan atau syarat-syarat tertentu jika ingin berhenti berlangganan. Hal ini berbeda jika dibandingkan kartu selular pasca bayar, jika pelanggan selular pascabayar ingin

mengganti kartu selular, pelanggan harus mengurus syarat-syarat tertentu untuk berhenti berlangganan.

Target yang ingin dicapai oleh Telkom khususnya regional Bandung adalah penurunan jumlah *churn rate* (rata-rata kartu hangus). Pada Tahun 2010 persentase kartu hangus Flexi sekitar 40%, padahal Target yang ingin dicapai sekitar 29%. Ini berarti Telkom Flexi belum memenuhi target penurunan jumlah kartu hangus.

Pada tahun 2010 ARPU (Average Revenue per User) atau rata-rata pendapatan per pelanggan per bulan untuk telekomunikasi nirkabel PT Telkom untuk regional Bandung adalah dalam hal ini Flexi adalah Rp 16.000. Hal ini menurun apabila dibandingkan pada tahun 2009, yaitu sebesar Rp19.000.

II. LANDASAN TEORI

2.1.Konsep Loyalitas Pelanggan

Dalam banyak literatur mengemukakan bahwa definisi loyalitas sebagai berikut (Hasan dkk, 2008):

- Sebagai konsep *generic*, loyalitas merek menunjukkan kecenderungan konsumen untuk membeli sebuah merek tertentu dengan konsistensi tinggi.
- Sebagai konsep perilaku, pembelian ulang kerap kali dihubungkan dengan loyalitas merek (*brand loyalty*). Perbedaannya, bila loyalitas merek

mencerminkan komitmen psikologis terhadap merek tertentu, perilaku pembelian ulang menyangkut pembelian merek yang sama berulang kali.

- Pembelian ulang merupakan hasil dominan perusahaan (1) berhasil membuat produknya menjadi satu-satunya alternatif yang tersedia, (2) yang terus-menerus melakukan promosi untuk memikat dan membujuk pelanggan membeli kembali merek yang sama.

Pelanggan yang benar-benar loyal, sangat potensial menjadi *word of mouth advertisers*, loyal pada portofolio perusahaan untuk jangka waktu yang lama (Jacob & Chesnut, 1978 dalam Pandi 1997).

2.2.Bauran Pemasaran

Philip Kotler (Kotler,1997:18) menyatakan bahwa “Bauran pemasaran adalah seperangkat alat pemasaran taktis yang dapat dikendalikan dan yang dipadukan oleh perusahaan untuk menghasilkan respons yang diinginkan oleh pasar sasaran”.

Dalam pemasaran barang, ada istilah 4P tradisional yang terdiri dari *Product, Price, Place, Promotion*. Dalam pemasaran jasa, terdapat tambahan 3P yaitu *People, Process, dan Physical Evidence* (Lupiyoadi,2001:58).

III. PEMBAHASAN

Dalam mengidentifikasi variabel penelitian digunakan, konsep yang digunakan adalah bauran pemasaran “7P” untuk

mengetahui instrumen-instrumen yang akan digunakan untuk penelitian.

Kuesioner pendahuluan bertujuan untuk mencari pesaing dari Telkom Flexi. Operator yang dianggap layak dijadikan pesaing adalah operator yang secara peringkat memiliki jumlah pelanggan diatas Flexi.

3.1 Teknik Sampling

Jenis sampling yang digunakan adalah *nonprobability sampling* karena peneliti tidak mempunyai data pasti mengenai ukuran populasi konsumen produk Telkom Flexi dan informasi lengkap mengenai setiap elemen dalam populasi. Sedangkan metode yang terpilih adalah *purposive sampling*, yaitu seseorang dijadikan sampel berdasarkan seleksi oleh peneliti dengan syarat seperti dibawah ini:

- Tidak bekerja di perusahaan operator selular yang diteliti dalam hal ini PT Telekomunikasi Indonesia Tbk (PT Telkom), Bakrie Telekom, PT Indosat, PT Excelcomindo.
- Tidak memiliki kekerabatan dengan pegawai yang bekerja di perusahaan operator selular yang diteliti dalam hal ini Telkom, Bakrie Telekom, Indosat, Excelcomindo.
- Orang sedang menggunakan Flexi dan minimal mengetahui ke-3 operator pesaing Flexi yang sedang diteliti.

3.2 Kuesioner Pendahuluan

Dari hasil kuesioner pendahuluan diperoleh bahwa pesaing Flexi adalah Esia, Im3, dan XL. Telkomsel tidak dimasukkan sebagai pesaing, karena Telkomsel adalah anak perusahaan dari PT Telekomunikasi Indonesia Tbk.

3.3 Kuesioner Final Penelitian

Langkah selanjutnya adalah menyusun kuesioner final dengan menggunakan konsep *Marketing Mix 7P* dan nama-nama dari pesaing Flexi. Kuesioner final dibagi menjadi 3 bagian yaitu profil responden, tingkat kepentingan dan kepuasan dari operator selular yang diteliti, *brand loyalty*. Kuesioner final disebarakan masing-masing kepada 100 responden. Metode penyebaran kuesioner yang digunakan adalah *purposive sampling*, dimana kriteria responden yang dipilih adalah pelanggan produk Flexi prabayar yang minimal mengetahui mengenai operator selular yang diteliti yaitu XL Prabayar, IM3, Esia atau sedang/pernah menggunakan salah satu atau ketiga produk operator selular lainnya yang diteliti (XL Prabayar, IM3, Esia).

Bagian 1 kuesioner final penelitian akan diolah menggunakan statistika deskriptif agar diperoleh segmentasi, targetin dan positioning dari Flexi. Bagian 2 pada kuesioner final penelitian akan menjadi inputan untuk uji ketidakpuasan, Uji *Importance Performance Analysis* (IPA), Uji

Anova dan Uji Duncan. Bagian 3 pada kuesioner final penelitian akan menjadi inputan untuk uji Regresi.

Setelah terbukti valid dan reliabel, data diolah dengan menggunakan data pada kuesioner bagian 2 dan kepuasan dilakukan pengujian hipotesis untuk mengetahui signifikansi kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan Telkom Flexi.

Uji Regresi adalah analisis data yang digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh kinerja dari operator selular terhadap lamanya waktu berlangganan, dengan menggunakan teknik regresi linier berganda, karena variabel bebasnya lebih dari satu.

Uji hipotesis ketidakpuasan digunakan untuk mengetahui puas atau tidaknya konsumen terhadap kinerja yang diberikan oleh Flexi. Input data dari tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan yang terdapat pada kuesioner final bagian 2.

Setelah itu dilakukan penggambaran diagram *Importance-Performance Analysis* (IPA) untuk mengetahui tingkat kepentingan dan kepuasan konsumen terhadap Kinerja Telkom Flexi. Hal ini untuk melihat variabel-variabel mana yang berada pada kuadran prioritas perbaikan (dimana tingkat kepentingan tinggi dan tingkat kepuasan rendah)

Uji ANOVA untuk melihat ada tidaknya perbedaan kinerja dari keempat operator selular tersebut. Uji Anova

merupakan alat yang ampuh bagi pengujian kehomogenan beberapa nilai tengah. Akan tetapi bila hipotesis nol kita tolak dan hipotesis alternatifnya kita terima, maka artinya nilai tengah-nilai tengah itu tidak semuanya sama,. Untuk mengetahui mana nilai tengah yang sama dan mana yang berbeda, maka kita perlu menggunakan uji Duncan yang berguna untuk mengetahui peringkat kinerja masing-masing variabel ketiga produk tersebut. Hal ini untuk melihat hasil matriks persaingan tertinggal, bersaing atau unggul.

3.4. Analisis Uji Regresi

Dari hasil pengolahan regresi dapat disimpulkan bahwa ada 6 variabel yang mempengaruhi loyalitas pelanggan. Persamaan Regresi adalah sbb :

$$Y = -18.563 + 10.384 \text{ Var04} + 12.367 \text{ Var05} + 9.187 \text{ Var07} + 6.706 \text{ Var09} + 11.05 \text{ Var27} + 9.71 \text{ Var47}$$

dimana :

- Y = Tingkat loyalitas responden terhadap Telkom Flexi
- Var04 = Ketersediaan tarif bicara murah ke operator GSM
- Var05 = Ketersediaan tarif bicara murah ke operator CDMA
- Var07 = Tarif SMS murah antar operator
- Var09 = Harga voucher isi ulang yang terjangkau
- Var27 = Kesesuaian kualitas produk yang diberikan dengan yang dijanjikan
- Var47 = Kemudahan dalam melakukan isi ulang pulsa

3.5. Uji Hipotesis Ketidakpuasan

Uji hipotesis ketidakpuasan digunakan untuk mengetahui puas atau tidaknya konsumen terhadap kinerja yang diberikan oleh Flexi. Input data dari tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan. Pada penelitian ini dilakukan uji hipotesis terhadap kepuasan konsumen untuk setiap variabel yang tercantum pada kuesioner final penelitian yang merupakan variabel harapan konsumen tentang operator selular.

Konsumen dinyatakan puas terhadap variabel yang terdapat pada kuesioner penelitian apabila hasil pengujian data menyatakan menerima H_0 . H_0 merupakan kesimpulan sementara yang diambil. Namun apabila data hasil pengujian menyatakan menolak H_0 maka konsumen dinyatakan tidak puas pada variabel yang terdapat pada kuesioner penelitian.

- Struktur Hipotesis yang diuji adalah :
 $H_0 : \mu_1 = \mu_2$ (tidak ada perbedaan antara performansi/kinerja dengan tingkat kepentingan/harapan sehingga konsumen puas)
 $H_1 : \mu_1 > \mu_2$ (ada perbedaan antara performansi/kinerja dengan tingkat kepentingan/harapan sehingga konsumen tidak puas)

Keterangan:

μ_1 = Kepentingan/harapan Telkom Flexi

μ_2 = Performansi/kinerja Telkom Flexi

- Taraf nyata: $\alpha=0.05$
- Statistik uji: Uji Z

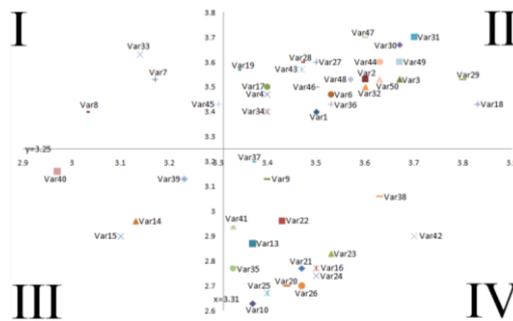
Dari hasil pengolahan data, diperoleh bahwa variable-variabel dimana konsumen Flexi belum puas, yaitu:

- ✓ Variabel 7 (Tarif SMS murah antar operator)
- ✓ Variabel 8 (Tarif internet murah)
- ✓ Variabel 19 (Program promosi yang ditawarkan tidak menggunakan banyak syarat dan ketentuan)
- ✓ Variabel 28 (Kesesuaian harga yang dibayar dengan jasa yang diterima)
- ✓ Variabel 33 Ketersediaan beberapa alternatif pilihan paket telepon dengan registrasi terlebih dahulu (Contoh: paket telepon sepuasnya seharian kesesama operator).
- ✓ Variabel 40 (Kantor cabang/outlet-outlet yang memberikan fasilitas pelayanan yang cepat dan nyaman dalam menjawab segala kebutuhan pelanggan).
- ✓ Variabel 45 (Kemudahan dalam melakukan isi ulang pulsa)

Dari hasil uji signifikansi diatas, dapat disimpulkan pada variabel 7, 8, 11, 12, 19, 28, 33, 40, dan 45 pelanggan Telkom Flexi merasa tidak puas terhadap kinerja dari Telkom Flexi. Oleh karena itu pada variabel 7, 8, 11, 12, 19, 28, 33, 40, dan 45, Telkom Flexi harus memperbaiki kualitas pelayanan yang mungkin pada akhirnya berdampak pada kepuasan pelanggan.

3.6.Importance Performance Analysis (IPA)

Hasil pengumpulan data menunjukkan rata-rata performansi dan harapan responden terhadap Telkom Flexi terlihat pada gambar 1.



Gambar 1. Diagram IPA

Kuadran I (Prioritas Perbaikan Utama), menunjukkan bahwa pada kuadran ini harapan dan keinginan konsumen terhadap pelayanan yang diterima sangat tinggi, namun perusahaan Telkom Flexi belum melaksanakannya secara maksimal sesuai dengan keinginan konsumen. Juga menunjukkan prioritas utama bagi perbaikan pelayanan. Variabel yang termasuk dalam kuadran ini dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Variabel dalam Kuadran I

No	Kuadran I
7	Tarif SMS murah antar operator
8	Tarif internet murah
33	Ketersediaan beberapa alternatif pilihan paket telepon dengan registrasi terlebih dahulu (Contoh: paket telepon sepuasnya seharian kesesama operator)
45	Kemudahan dalam melakukan isi ulang pulsa

Kuadran II (Pertahankan Kinerja), Menunjukkan bahwa nilai rata-rata harapan konsumen berada diatas nilai rata-rata harapan konsumen secara keseluruhan, oleh karena itu wajib untuk dipertahankan oleh perusahaan Telkom Flexi. Variabel yang termasuk didalamnya dianggap sangat penting dan memuaskan. Variabel yang termasuk dalam kuadran ini dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Variabel dalam Kuadran II

No	Kuadran II
01	Harga perdana yang murah
02	Adanya paket penjualan Handphone+kartu perdana dengan harga terjangkau
03	Tarif bicara murah untuk kartu sejenis
04	Ketersediaan Tarif bicara murah ke operator GSM
05	Ketersedian Tarif bicara murah ke operator CDMA
06	Tarif SMS murah untuk kartu sejenis
17	Penyampaian promosi layanan baru melalui media elektronik (contoh: televisi, radio)
18	Penyampaian promosi layanan baru melalui media cetak (contoh: koran, majalah, tabloid)
19	Program promosi yang ditawarkan tidak menggunakan banyak syarat dan ketentuan
27	Kesesuaian kualitas produk yang diberikan dengan yang dijanjikan
28	Kesesuaian harga yang dibayar dengan jasa yang diterima
29	Jangkauan sinyal yang luas sampai pelosok daerah
30	Kekuatan sinyal yang baik
31	Kejernihan suara yang baik
32	Kecepatan dalam Pengiriman SMS
34	Ketersediaan beberapa alternatif pilihan paket SMS dengan registrasi terlebih dahulu (Contoh: paket berlangganan 1000 sms per minggu ke semua operator dengan tarif RP 5000)
36	Ketersediaan layanan transfer pulsa
43	Kemudahan dalam melakukan panggilan

	ke operator yang berbeda
44	Kemudahan dalam aktivasi internet
46	Kemudahan dalam menghubungi customer service
47	Kemudahan dalam melakukan isi ulang pulsa
48	Kemudahan dalam registrasi layanan untuk paket telepon
49	Kemudahan dalam registrasi layanan untuk paket SMS
50	Kemudahan dalam registrasi layanan untuk paket internet

Kuadran III (Prioritas Rendah), Menunjukkan bahwa pada kuadran ini harapan dan keinginan konsumen terhadap pelayanan yang diterima di bawah nilai rata-rata harapan konsumen keseluruhan, namun perusahaan Telkom Flexi juga belum melaksanakannya secara maksimal sesuai keinginan konsumen. Dianggap kurang penting dan kurang memuaskan. Variabel yang termasuk dalam kuadran ini dapat dilihat pada tabel 3.

Tabel 3. Variabel dalam Kuadran III

No	Kuadran III
14	Pemberian bonus SMS setelah mengirim SMS dalam jumlah tertentu
15	Pemberian bonus pemakaian internet setelah menggunakan internet melampaui batas yang ditentukan.
39	Inovasi layanan-layanan baru terjadi secara cepat
40	Kantor cabang/outlet-outlet yang memberikan fasilitas pelayanan yang cepat dan nyaman dalam menjawab segala kebutuhan pelanggan

Kuadran IV (Berlebihan), Menunjukkan bahwa pada kuadran ini rata-rata harapan konsumen terhadap pelayanan nilainya lebih rendah daripada nilai rata-rata harapan

konsumen secara keseluruhan, namun perusahaan Telkom Flexi melaksanakannya terlalu berlebihan. Dianggap kurang penting tetapi sangat memuaskan. Variabel yang termasuk dalam kuadran ini dapat dilihat pada tabel 4.

Tabel 4. Variabel dalam Kuadran IV

No	Kuadran IV
13	Penyampaian promosi melalui SMS ke no pelanggan untuk mengaktifkan program layanan terbaru
16	Pemberian bonus telepon setelah melakukan panggilan telepon dalam batas waktu yang ditentukan
20	Iklan-iklan yang menarik perhatian
21	Iklan-iklan yang mudah dimengerti
22	Ketersediaan undian-undian berhadiah
23	Memiliki banyak kantor cabang/outlet-outlet yang mudah dijangkau
24	Tampilan bangunan kantor cabang/outlet-outlet yang mudah dikenali
25	Tampilan bangunan kantor cabang/outlet-outlet yang menarik
26	Kemasan kartu perdana yang menarik
35	Ketersediaan beberapa alternatif pilihan paket Internet dengan registrasi terlebih dahulu
37	<i>Customer service</i> yang mampu memberikan informasi yang jelas kepada pelanggan
38	<i>Customer service</i> yang ramah dan mampu mengatasi komplain dengan cepat
41	Kantor cabang/outlet-outlet yang memberikan fasilitas pelayanan yang cepat dan nyaman dalam menjawab segala kebutuhan pelanggan
42	Kemudahan untuk aktivasi perpindahan sementara kekode area kota tujuan

Dengan demikian, diperoleh 28 variabel yang dianggap penting oleh pelanggan karena berada di posisi kuadran I dan kuadran II.

3.7. Uji Anova dan Uji Duncan

Pengujian hipotesis persaingan dengan Uji Duncan bertujuan untuk mengetahui apakah objek penelitian unggul, bersaing atau tertinggal dari ketiga pesaing dalam hal ini Flexi dengan Esia, IM3 dan XL. Uji duncan terdiri dari 4 peringkat yaitu uji duncan peringkat 1, peringkat 2, peringkat 3, dan peringkat 4.

Dalam melakukan perhitungan Uji Duncan, dilihat dari uji ANOVA TOLAK Ho, ini dikarenakan masih terdapat perbedaan yang signifikan antara objek penelitian dan objek pesaing sehingga akan dianalisis lebih lanjut. Kriteria Tolak Ho menunjukkan bahwa ketiga objek baik objek penelitian yaitu Telkom Flexi, maupun pesaingnya yaitu Esia, IM3, dan XL parabayar adalah berbeda pada taraf nyata 0.05. Dari Uji Duncan dihasilkan 3 kriteria yaitu Unggul, Bersaing dan Tertinggal.

Tabel 5. Matriks Persaingan Tertinggal

Variabel	Pernyataan	Tertinggal dengan
9	Harga voucher isi ulang yang terjangkau	Esia

Pada matriks persaingan tertinggal, dimana perusahaan perlu melakukan perbaikan pada variabel 9 agar tidak tertinggal dengan Esia.

Tabel 6. Matriks Persaingan Bersaing

Variabel	Pernyataan	Tertinggal dengan
20	Iklan-iklan yang menarik perhatian	Esia, IM3 dan XL
21	Iklan-iklan yang	Esia, IM3

	mudah dimengerti	dan XL
26	Kemasan kartu perdana yang menarik	Esia, IM3 dan XL
27	Kesesuaian kualitas produk yang diberikan dengan yang dijanjikan	Esia, IM3 dan XL
36	Ketersediaan layanan transfer pulsa	Esia, IM3 dan XL
37	Customer service yang ramah	Esia, IM3 dan XL
46	Kemudahan dalam menghubungi Customer service	Esia, IM3 dan XL

Pada matriks persaingan bersaing, dimana perusahaan perlu melakukan perbaikan pada ketujuh variabel diatas.

Dalam Matriks persaingan Unggul tidak terdapat variabel dimana Flexi unggul terhadap pesaingnya

3.8. Analisis Segmentasi, Targeting dan Positioning

Dari hasil pengolahan data untuk kuesioner final bagian 1 di peroleh bahwa targeting untuk Flexi adalah sebagai berikut:

- usia 18-53 tahun.
- Pendidikan : SLTA s/d S2.
- Pekerjaan: semua jenis pekerjaan.
- Penghasilan: Rp. 700.000-Rp. 8.000.000.
- Uang saku: Rp. 300.000 s/d > Rp. 1.500.000.
- Pelanggan yang memiliki 1 telepon selular atau lebih.
- Pelanggan yang mengisi ulang pulsa dari Rp. 25.000 – Rp. 200.000 untuk setiap bulan.

- Pelanggan yang suka menggunakan telepon selular untuk menelepon, SMS, mengaktifkan nada sambung pribadi, dan Internet.
- Pelanggan yang juga mempunyai operator selular selain Flexi.
- Pelanggan yang mencari informasi melalui media Televisi.
- Pelanggan yang menyukai tarif telepon murah kesemua operator.
- Pelanggan yang menyukai tarif SMS murah kesemua operator.
- Pelanggan yang menggunakan internet kurang dari satu jam dan pelanggan yang menggunakan internet lebih dari lima jam dalam sehari.
- Pelanggan yang menyukai pentarifan biaya tetap dengan pemakaian tidak terbatas (unlimited)

Flexi memposisikan produk operator selular dengan layanan telekomunikasi dengan tarif murah, hal ini sesuai dengan slogan baru yang diusung oleh Flexi “**Lebih irit kan**”. Dari target pasar hasil penelitian, dapat disimpulkan *positioning* Flexi masih sesuai dengan target pasar yang ada. 81% pelanggan Flexi menginginkan tarif telepon murah ke semua operator, 81% pelanggan Flexi menyukai tarif SMS murah kesemua operator, dan 77% pelanggan Flexi menyukai sistem pentarifan internet dengan biaya tetap dengan pemakaian tidak terbatas,

kesimpulannya adalah pelanggan Flexi merupakan pelanggan yang menginginkan tarif murah untuk telepon, SMS, dan internet.

3.7 Target Prioritas Perbaikan

Penentuan prioritas target perbaikan dilakukan untuk melihat variabel mana yang perlu dilakukan perbaikan dahulu. Tabel 7. menunjukkan langkah-langkah penentuan prioritas target perbaikan dilihat dari prioritas tertinggi sampai yang terendah. Pada Tabel 7 untuk target prioritas perbaikan berdasarkan variabel yang berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan menggunakan Uji Regresi Linier berganda, Uji hipotesis ketidakpuasan, dan *Importance Performance Analysis* disimpulkan bahwa variabel signifikan berbanding lurus terhadap loyalitas pelanggan, Tidak puas, Kuadran I. Kelompok ini adalah kelompok utama dalam melakukan perbaikan. Dari hasil pengolahan data menggunakan uji regresi linier berganda dapat disimpulkan bahwa terdapat korelasi yang positif lamanya pelanggan Flexi menggunakan Flexi (loyalitas pelanggan) dengan variabel pada kriteria ini. Ini menunjukkan apabila variabel yang termasuk pada kriteria ini ditingkatkan kinerjanya, maka loyalitas pelanggan pun akan meningkat. Dari hasil uji hipotesis ketidakpuasan yang menjadi prioritas perbaikan adalah yang memiliki kesimpulan tidak puas ini menunjukkan rata-rata tingkat kepentingan lebih rendah dari rata-rata

tingkat performansi yang diberikan perusahaan. Dari hasil *IPA* yang menjadi target prioritas perbaikan adalah variabel-variabel yang masuk kedalam kuadran I atau kuadran perbaikan utama. Target yang ingin dicapai pada kriteria ini adalah peningkatan dari perusahaan agar loyalitas pelanggan meningkat dan tingkat kepuasan pelanggan juga meningkat.

Target prioritas selanjutnya dapat dilihat pada tabel 8 setelah sebelumnya terlebih dahulu dilakukan penentuan prioritas perbaikan pertama pada tabel 7. Pada Tabel 8 untuk target prioritas keempat dengan menggunakan uji anova diperoleh hasil Tolak H_0 , Uji Duncan termasuk dalam matriks bersaing, uji hipotesis ketidakpuasan dinyatakan puas, dan kuadran II untuk *diagram Importance Performance Analysis*.

Kelompok ini adalah kelompok target prioritas ke IV, dimana dari hasil uji Duncan diperoleh kesimpulan bersaing. Ini berarti kinerja dari Flexi dinilai sama dibandingkan pesaing. Untuk itu Flexi harus meningkatkan kinerjanya agar dapat unggul dari para pesaingnya. Dari hasil uji hipotesis ketidakpuasan diperoleh kesimpulan puas. Hal ini menunjukkan kinerja yang diberikan Flexi sudah memenuhi harapan pelanggan Flexi. Dari hasil *IPA* variabel pada kriteria ini termasuk dalam kuadran II yang berarti variabel ini merupakan variabel yang harus dipertahankan.

Dari hasil penentuan target prioritas target perbaikan diperoleh 12 kelompok prioritas perbaikan, untuk itu peneliti memberikan usulan sebagai berikut :

Tabel 7. Penentuan Target Prioritas Perbaikan berdasarkan variabel yang berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan

Variabel	Pernyataan	Kesimpulan dari			Target Perbaikan
		Uji Regresi Linier Berganda	Uji Hipotesis Ketidakpuasaan	<i>IPA</i>	
7	Tarif SMS murah antar operator	Signifikan Berbanding Lurus berpengaruh terhadap Loyalitas pelanggan	Tidak Puas	Kuadran I	1
5	Ketersediaan Tarif bicara murah ke operator CDMA	Signifikan Berbanding Lurus berpengaruh terhadap Loyalitas pelanggan	Puas	Kuadran II	2
27	Kesesuaian kualitas produk yang diberikan dengan yang dijanjikan	Signifikan Berbanding Lurus berpengaruh terhadap Loyalitas pelanggan	Puas	Kuadran II	
47	Kemudahan dalam melakukan isi ulang pulsa	Signifikan Berbanding Lurus berpengaruh terhadap Loyalitas pelanggan	Puas	Kuadran II	
4	Ketersediaan Tarif bicara murah ke operator GSM	Signifikan Berbanding Lurus berpengaruh terhadap Loyalitas pelanggan	Puas	Kuadran II	
9	Harga Voucher isi ulang yang terjangkau	Signifikan Berbanding Lurus berpengaruh terhadap Loyalitas pelanggan	Puas	Kuadran IV	3

Tabel 8. Penentuan Target Prioritas Perbaikan berdasarkan hasil persaingan

Variabel	Pernyataan	Kesimpulan dari			Target Perbaikan
		Uji Duncan	Uji Hipotesis Ketidakpuasaan	IPA	
46	Kemudahan dalam menghubungi <i>customer service</i>	Bersaing	Puas	Kuadran II	4
36	Ketersediaan layanan transfer pulsa	Bersaing	Puas	Kuadran II	
21	Iklan-iklan yang mudah dimengerti	Bersaing	Puas	Kuadran III	5
20	Iklan-iklan yang menarik perhatian	Bersaing	Puas	Kuadran III	
26	Kemasan kartu perdana yang menarik	Bersaing	Puas	Kuadran III	
37	Customer service yang mampu memberikan informasi yang jelas kepada pelanggan	Bersaing	Puas	Kuadran IV	6

- Variabel 7 : Flexi sebaiknya menyediakan tariff SMS murah ke semua operator. Penyediaan paket-paket SMS dipandang perlu untuk memenuhi kebutuhan palanggannya yang beragam. Flexi dapat menyediakan pake SMS harian, paket SMS mingguan, atau paket SMS bulanan.
- Variabel 5 : Flexi sebaiknya menyediakan tarif murah ke operator CDMA yang berbasis kode area lokal ataupun operator CDMA yang bukan berbasis kode area lokal
- Variabel 27 : Menambah jumlah gerai-gerai untuk mengisi pulsa dengan harga yang lebih terjangkau atau membuat sistem baru pengisian pulsa, misalnya menggunakan kartu kredit.
- Variabel 47 : Flexi sebaiknya tidak menggulirkan program promosi dengan syarat dan ketentuan yang rumit, agar tidak terbentuk kesan yang kurang baik kepada pelanggan.
- Variabel 4 : Flexi sebaiknya menyediakan tarif bicara murah ke semua operator GSM yang ada. Untuk saat ini Flexi menyediakan tarif bicara murah hanya ke Telkomsel. Kedepannya Flexi sebaiknya menyediakan tarif bicara murah atau terjangkau ke semua operator selular GSM. Penyediaan paket-paket bicara murah dipandang perlu untuk memenuhi kebutuhan palanggannya yang beragam.
- Variabel 9 : Flexi sebaiknya menyediakan voucher isi ulang yang terjangkau, baik dari segi harga jual, maupun ketersediaan nominal

- voucher* yang beragam, dari *voucher* yang seharga Rp. 1000 sampai dengan *voucher* yang seharga Rp. 100.000, agar dapat memenuhi kebutuhan seluruh pelanggannya.
7. Variabel 46 : Sebenarnya kinerja yang ditunjukkan oleh Flexi sudah baik. Hal ini dilihat dari kinerja yang dihasilkan, dimana Flexi bersaing dengan operator selular yang lain. Usulan yang dapat diberikan adalah menambah jumlah *customer service* agar pelanggan tidak terlalu lama menunggu untuk berbicara dengan *customer service*.
 8. Variabel 36 : Ketersediaan layanan Transfer pulsa Flexi tidak menambah masa aktif penerima pulsa. Sebaiknya Flexi menambah masa aktif penerima pulsa sesuai dengan nominal pulsa yang ditransfer.
 9. Variabel 21 : Flexi harusnya membuat iklan dengan bahasa yang mudah dimengerti. seperti pada program promosi tertentu Flexi seharusnya memberi tahu kepada pelanggan bagaimana cara mengikuti program-program promosi tersebut.
 10. Variabel 20 : Flexi sebaiknya membuat iklan-iklannya menjadi lebih menarik, iklan-iklan yang dibuat selain membawa pesan yang ingin disampaikan dengan baik, tetapi juga harus memiliki sisi yang menarik, agar pelanggan atau calon pelanggan baru tertarik dengan Flexi.
 11. Variabel 26 : Kartu perdana sebaiknya dibuat lebih menarik, agar calon pelanggan baru tertarik menggunakan Flexi. Untuk saat ini kartu perdana Flexi terlihat sangat sederhana. Kemasan kartu perdana sekarang ini pada umumnya berbentuk segi empat. Sebaiknya Flexi menawarkan kemasan yang berbeda seperti kemasan yang berbentuk bulat agar berbeda dari kebanyakan.
 12. Variabel 37 : Pada saat ini umumnya *customer service* hanya menjawab perihal yang ditanyakan oleh pelanggan. Padahal *customer service* dapat menjadi penyampai program promosi terbaru yang digulirkan oleh Flexi. Sehingga secara tidak langsung *customer service* menjadi staf *marketing* Flexi, yang pada akhirnya berdampak pada ketertarikan pelanggan untuk mengikuti program promosi tersebut.

IV. KESIMPULAN

- Persepsi dan harapan konsumen terhadap pelayanan Telkom Flexi dapat dilihat pada gambar 1.
- Persaingan antara telepon seluler dapat dilihat pada tabel 5 dan table 6.

- Segmentasi pasar dari *Telkom Flexi* dibagi berdasarkan segmen demografis dan perilaku konsumen, dan yang menjadi target pasar *Telkom Flexi* adalah usia 18-53 tahun, pendidikan : SLTA s/d S2, penghasilan: Rp. 700.000-Rp. 8.000.000, uang saku: Rp. 300.000 s/d > Rp. 1.500.000 dan pelanggan yang memiliki 1 telepon selular atau lebih.
 - Terdapat 12 variabel yang menjadi target prioritas perbaikan utama yang harus diperbaiki untuk meningkatkan daya saing dan loyalitas pelanggan
5. Kasali, Rhenald; "***Membedik Pasar Indonesia Segmentasi, Targeting, Positioning***", PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2001.
 6. Kotler, P.; "***Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol***", PT Prehallindo, Jakarta, 1997.
 7. Lupiyoadi, Rambat, "***Manajemen Pemasaran Jasa***", Salemba Empat, Jakarta, 2001.
 8. Margono, S.; "***Metodologi Penelitian Pendidikan***", PT Rineka Cipta, Jakarta, 2003.
 9. Sugiyono; "***Metode Penelitian Administrasi***", CV. Alfabeta, Bandung, 2006.
 10. Supranto, J.; "***Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar***", PT Rineka Cipta, Jakarta, 2001.
 11. Sunyoto, Danang.; "***Analisis Regresi dan Uji Hipotesis***", MedPress, Yogyakarta, 2008
 12. Tim Asiten Reku.; "***Modul Praktikum Rekayasa Kualitas***", Bandung 2009.

REFERENSI

1. Blank, Leland; "***Statistical Procedures For Engineering, Management, and Science***", 1982.
2. Durianto, Damardi dan Sugiarto; "***Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek***", Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2004.
3. Ghozali, Imam.; "***Aplikasi Multivariat Dengan Program SPSS***". Ed 3. BP Undip, Semarang. 2002
4. Hasan, Ali.; "***Marketing***", Yogyakarta", MedPress, Yogyakarta, 2008

Biodata Penulis

Decky Andala Yudha, memperoleh gelar Sarjana Teknik (ST), Jurusan Teknik Industri Universitas Kristen Maranatha Bandung, lulus tahun 2011.

Elty Sarvia memperoleh gelar Sarjana Teknik dan Manajemen Industri Institut Teknik (ST), Jurusan Teknik Industri Teknologi Bandung, lulus tahun 2008. Saat ini menjadi Dosen di Fakultas Teknik Universitas Kristen Maranatha, lulus tahun 2002. Memperoleh gelar Magister Teknik Industri Universitas Kristen Maranatha (MT) Program Pasca Sarjana Magister Bandung.