

PROSIDING

Seminar Nasional & Call for Paper

FORUM MANAJEMEN INDONESIA KE 7

"Dinamika dan Peran Ilmu Manajemen untuk Menghadapi AEC"



FORUM MANAJEMEN INDONESIA

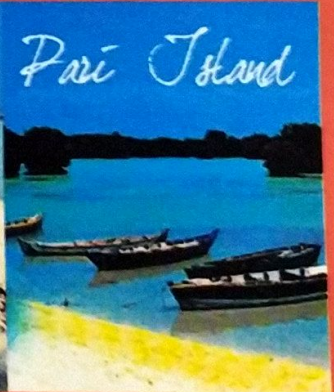
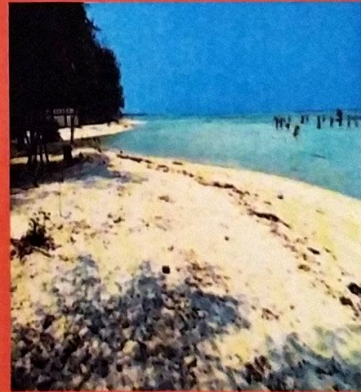


FIFGROUP



MEMBER OF ALFA GROUP

mandiri



10 - 12 November 2015
Hotel Discovery Ancol & Kep. Seribu
Jakarta

REVIEWER FMI-7 JAKARTA

- Dr. Levyda, SE., MM.
- Dr. Yasintha Soelasih, SE., MSi.,
- Dr. Ch. Fara Dharmastuti, MM.,
- Dr. Enggal Sriwardiningsih,
- Dr. Hamidah MSi.,
- Dr. Setyani Dwi Lestari, ME.,
- Dr. Alex Zami,
- Dr. Gatot Ahmad Nazir. MSi.,
- Dr. Dion Dewa Barata,
- Dr. Suherman,
- Dr. MC Oetami Prasadjaningsih,
- Dr. Masruchin,
- Rudy Aryanto SE.,MM
- Ni Luh Made Vinaya M, SE., MM,
- Fangky A Sorongan ST.,MM
- Sofa Yulandari, SE., M.Ak
- Kania Ratnasari, ST., MIB.,
- Kurniawan Gilang, SE., MM., MBA.
- Yohanes Ferry Cahaya SE., MM
- Christine Winstinindah Sandroto, SE., MM.
- Ika Suhartanti Darmo, SE., MM ,
- Hania Aminah, S.Pd., MM.,
- Hedwigis Esti R SE.,ME
- Nicodemus Simu SE.,MM
- Siti Nurjanah, SE., MM.,
- Dra. Umi Mardiyati, M.Si.,
- Adi Susilo Jahja, SE., MM.,

Universitas Sahid Jakarta
Universitas Katolik Atma Jaya Jakarta
Universitas Katolik Atma Jaya Jakarta
Universitas Bina Nusantara
Universitas Negeri Jakarta
Universitas Budi Luhur
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YAI
Universitas Negeri Jakarta
Kalbis Institute
Universitas Negeri Jakarta
Perbanas Institute
Kalbis Institute
Universitas Bina Nusantara
Universitas Sahid Jakarta
Perbanas Institue
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YAI
Uniersitas Sahid Jakarta
Uniersitas Sahid Jakarta
Perbanas Institue
Universitas Katolik Atma Jaya Jakarta
Kalbis Institute
Universitas Negeri Jakarta
Perbanas Institue
Perbanas Institue
Kalbis Institute
Universitas Negeri Jakarta
Perbanas Institue

PANITIA PELAKSANA FMI 7 JAKARTA

Ketua	: Dr. Yasintha Soelasih, SE., M.Si
Sekretaris I	: Dr. Levyda, SE., MM
Sekretaris II	: Dr. Alex Zami, MM Sofa Yulandari, SE., M.Ak
Bendahara	: Dr. Ch. Fara Dharmastuti, SE. MM
Sie. Acara	: Rudy Aryanto, SE., MM
▪ Sub. Sie. Seminar	: Dr. Gatot Nasir Ahmad, M.Si Andrian Haro, SPd., MM Christine Winstinindah Sandroto, SE., MM
▪ Sub. Sie. Call for Paper Prosiding	: Siti Nurjanah, SE., MM Dra. Umi Mardiyati, M.Si Hania Aminah, SPd, MM
▪ Sub. Sie. LAM	: Dr. Hamidah, SE., MM., MBA Brenda Aurista E.F. Rumbajan, SE., MM
▪ Sub. Sie. Tour	: Kurniawan Gilang, SE., MM., MBA Ni Luh Made Vinaya M., SE., MM
Sie. Akomodasi, Konsumsi, Dokumentasi	: Drs. Syahrudin, MM Ika Suhartanti Darmo, SE., MM Kania Ratnasari, ST., MIB
Sie. Dana, Sponsorship	: Hedwigis Esti Riwayati, SE., ME Yohanes Ferry Cahaya, SE., MM Dr. Setyani Dwi Lestari, ME
Sie. Humas, Publikasi	: Adi Susilo Jahja, SE., MM Nicodemus Simu, SE., MM Fangki A. Sorongan, ST., MM

KATA SAMBUTAN

Para peserta Seminar FMI 7 yang saya hormati,

Selamat datang di Seminar Nasional dan Call for Paper FMI yang ke 7. Seminar FMI yang ke 7 ini diselenggarakan di Jakarta dibawah koordinasi Forum Manajemen Indonesia, Korwil DKI Jakarta.

Saya mengucapkan selamat kepada FMI, Korwil DKI Jakarta serta konsorsium Perguruan Tinggi di wilayah DKI Jakarta yang telah berhasil menyelenggarakan acara ini. Ucapan terima kasih juga saya persembahkan ke pada Bu Yasintha Soelasih, beserta seluruh anggota panitia FMI 7, yang telah bekerja keras dalam menyiapkan dan menyelenggarakan acara ini.

Hadirin yang saya hormati,

Tema Seminar pada tahun ini adalah: **Dinamika dan peran ilmu manajemen untuk menghadapi AEC.** Tema ini diambil mengingat dampak pemberlakuan AEC yang akan berlangsung pada akhir tahun 2015 ini terhadap perekonomian Indonesia.

Pemberlakuan AEC dapat dimaknai sebagai harapan akan prospek dan peluang bagi kerjasama ekonomi antar kawasan dalam skala yang lebih luas, melalui integrasi ekonomi regional kawasan Asia Tenggara, yang ditandai dengan terjadinya arus bebas (*free flow*) : barang, jasa, investasi, tenaga kerja, dan modal.

Tantangan utama dalam bisnis di era AEC adalah meningkatkan kemampuan SDM mengenai daya saing dan keunggulan kompetitif di semua sektor industri dan jasa pada tingkat persaingan global. Organisasi pun dituntut untuk mampu memberikan pelayanan yang memuaskan (*customer satisfaction*) serta nilai pelayanan itu sendiri (*customer value*). Diperlukannya pengembangan SDM berbasis kompetensi ini dilakukan agar dapat memberikan hasil yang sesuai dengan tujuan dan sasaran organisasi berdasarkan standar kinerja yang ditetapkan. Karena itu dapat dipahami apabila Manajemen yang baik disegala bidang akan dapat menjadi kunci keberhasilan dalam persaingan di era AEC ini.

Selamat mengikuti seminar dan Call for Paper FMI yang ke 7. Semoga dengan acara ini, kita dapat memberikan sumbangsih yang berarti bagi Indonesia dalam menghadapi era AEC yang akan segera berlangsung.

Terima kasih dan selamat berseminar.

Sri Gunawan

Ketua Umum, Forum Manajemen Indonesia

DAFTAR ISI

DAFTAR REVIEWER FMI-7 JAKARTA	ii
PANITIA PELAKSANA FMI-7 JAKARTA	iii
KATA SAMBUTAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
JADWAL ACARA PER SESI	xxiv

BIDANG : MANAJEMEN KEUANGAN

KEU-001	ANALISIS PENGARUH <i>ASSET GROWTH</i> , MANAJEMEN LABA, DAN <i>PRICE TO BOOK VALUE</i> TERHADAP RETURN SAHAM <i>Astuti Yuli Setyani, Zet Sumbung</i>	1
KEU-002	ANALISIS FAKTOR DEMOGRAFI, LITERASI KEUANGAN DAN PERILAKU KEUANGAN MAHASISWA <i>Christiana Fara Dharmastuti, Yudith Dyah</i>	1
KEU-003	ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI STRUKTUR MODAL PERBANKAN <i>Nyi Mas Rizki Noviyah, Hedwigis Esti Riwayati</i>	2
KEU-004	ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI TINGKAT UNDERPRICING PADA PERUSAHAAN YANG MELAKUKAN <i>INITIAL PUBLIC OFFERING</i> (IPO) (Studi Empiris Pada Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode tahun 2011-2013) <i>Said sampang , Sugeng Riyadi</i>	2
KEU-005	ANALISIS KINERJA SAHAM-SAHAM PERUSAHAAN KELUARGA DI BURSA EFEK INDONESIA <i>Arif Singapurwoko</i>	3
KEU-006	ANALISIS KINERJA PERBANDINGAN BANK DEvisa BUMN DAN BANK DEvisa SWASTA PADA TAHUN 2006-2011 <i>Umi Mardiyati, Naezmi Renofa, Gatot Nazir Ahmad</i>	4
KEU-007	ANALISIS MANAJEMEN LABA DAN KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN PENGAKUISISI SEBELUM DAN SESUDAH AKUISISI YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2009-2010 <i>Sopiani Saragih, Nisrul Irawati</i>	4
KEU-008	ANALISIS PENGARUH GOOD CORPORATE GOVERNANCE TERHADAP DIVIDEN PERUSAHAAN PROPERTI DAN KONSTRUKSI PADA BEI TAHUN 2010-2013 <i>Achmad Kautsar, Trias Madanika Kusumaningrum</i>	5
KEU-009	ANALISIS PENGARUH <i>LAGGED RETURN</i> INDEKS SAHAM AMERIKA DAN TINGKAT SUKU BUNGA BEBAS RISIKO DOMESTIK TERHADAP RETURN INDEKS SAHAM NEGARA ASEAN TAHUN 2003-2013 <i>Ervina Yosephine, Sumani</i>	5

KEU-010	ANALISIS PENGARUH PROFITABILITAS DAN PERTUMBUHAN PERUSAHAAN TERHADAP PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN (STUDI KASUS PADA BANK SYARIAH DI INDONESIA) <i>Kartika Dewi Sri Susilowati</i>	6
KEU-011	ANALISIS PENGARUH REVERSE STOCKSPLIT TERHADAP KINERJA SAHAM PADA PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR PADA BEI <i>Dwinanda Ripta Ramadhan dan Sutrisno</i>	6
KEU-012	ANALISIS PERBANDINGAN BIAYA PERSEDIAAN BAHAN BAKU TEMBAKAU DENGAN METODE LOT SIZING PADA PERUSAHAAN ROKOK PUTRA MAJU JAYA <i>Senna Saraswati, Indro Kirono</i>	7
KEU-013	ANALISIS PERBANDINGAN KINERJA SAHAM SYARIAH ANTARA DOW JONES ISLAMIC MARKET INDICES, FSTE GLOBAL ISLAMIC INDICES, KUALA LUMPUR STOCK EXCHANGE SYARIAH INDEX, DAN JAKARTA ISLAMIC INDEX <i>Novita Kusuma Maharani, Zaenal Arifin</i>	7
KEU-014	ANALISIS SISTEM BAGI HASIL DAN BUNGA PERBANKAN DALAM RANGKA MENGHADAPI INTEGRASI EKONOMI <i>Sugeng Hariadi</i>	8
KEU-015	BUSINESS CYCLES, FINANCIAL MARKETS FLUCTUATIONS DAN BANK INCOME STRUCTURE PADA INDUSTRI PERBANKAN DI DINDONESIA <i>Fitri Ismiyanti, Merien Assafitri</i>	8
KEU-016	DINAMIKA PEMAHAMAN, PENGAPLIKASIAN DAN ETIKA DALAM MANAJEMEN KEUANGAN DAN PELAPORAN KEUANGAN PERUSAHAAN DALAM UPAYA MENCIPTAKAN PERUSAHAAN YANG KUAT <i>Rosemarie, S.N.</i>	9
KEU-017	DOES CORPORATE GOVERNANCE AFFECT FIRM VALUE? EVIDENCE FROM INDONESIA BANKING SECTOR <i>Hamdi Agustin, Raja Ria Yusnita, Hasrizal Hasan</i>	9
KEU-018	<i>EFFECT OF INFLATION, INTEREST RATE, PROFITABILITY AND RISKS TO CORPORATE VALUE OF PROPERTY AND REAL ESTATE SECTORS LISTED ON THE STOCK EXCHANGE 2011-2013</i> <i>Hamidah, Hartini</i>	10
KEU-019	<i>EFFICIENT MARKET HYPOTHESIS REVISITED : INDONESIA STOCK EXCHANGE</i> <i>Khairunnisa</i>	10
KEU-020	FUNDAMENTAL BANK, TINGKAT BUNGA DEPOSITO, DAN PERUBAHAN PENJAMINAN SIMPANAN BANK DI INDONESIA <i>Anggitya Larasaty, I Made Sudana</i>	11
KEU-021	IMPLEMENTASI PRINSIP BAGI HASIL PADA PEMBIAYAAN DI PERBANKAN SYARIAH INDONESIA <i>Aidha Trisanty</i>	11
KEU-022	KINERJA INTELLECTUAL CAPITAL SUBSEKTOR INDUSTRI SEMEN DI INDONESIA <i>Yanuar Trisnowati, Mia Fathia</i>	12
KEU-023	KINERJA JANGKA PANJANG PADA PEMBELIAN KEMBALI SAHAM <i>Abdur Rafik</i>	12

KEU-024	KOMPARASI MODEL <i>CORPORATE GOVERNANCE</i> DAN <i>BANK MONITORING</i> DALAM MEMPENGARUHI KINERJA PERUSAHAAN <i>Wahyudi Wibowo, Deddy Marciano, Liliana Inggrit Wijaya</i>	13
KEU-025	MODEL KINERJA PORTFOLIO SAHAMBERBASIS METODE SHARPE, TREYNOR DAN JENSEN UNTUK KESEHATAN INVESTASI SAHAM DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI) <i>Dihin Septyanto, Darwin Simanjuntak, Bob Kertopati</i>	14
KEU-026	OPTIMALISASI PEMANFAATAN DANA <i>CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)</i> PADA UKM DISEKITAR KAWASAN TAMBANG NIKEL DI SULAWESI <i>Saharuddin, Husnah, Husen Muh. Saleh</i>	15
KEU-027	<i>OVERREACTION</i> PADA KELOMPOK SAHAM LQ-45 DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2009-2014 <i>Arjun Budiawan, Nurfauziah</i>	16
KEU-028	PEMILIHAN & PEMBENTUKAN PORTOFOLIO OPTIMAL DENGAN SINGLE INDEX CUT OFF MODEL PADA SAHAM LQ45 DI BEI: PENGAMATAN 2011-2013 <i>Yayuk Karliena, Ignatius Roni Setyawan</i>	16
KEU-029	PENGARUH CURRENT RATIO, DEBT TO EQUITY RATIO DAN RETURN ON EQUITY TERHADAP RETURN SAHAM PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BEI <i>Wiwin Apriyanti, Jubaedah</i>	17
KEU-030	PENGARUH DIVERSIFIKASI PENDAPATAN TERHADAP RISIKO DAN KINERJA BANK <i>Suad Husnan, Arrianti Sariartha</i>	17
KEU-031	PENGARUH <i>EXCESS CASH HOLDINGS</i> TERHADAP <i>RETURN</i> SAHAM DENGAN <i>INVESTMENT OPPORTUNITY SET</i> SEBAGAI VARIABEL MODERASI <i>Gregorius Anthony Wijaya, Umi Murtini</i>	18
KEU-032	PENGARUH FAKTOR-FAKTOR FUNDAMENTAL TERHADAP <i>RETURN</i> SAHAM DAN NILAI PERUSAHAAN (STUDI EMPIRIS PT INDOSAT TBK) <i>Sri Hermuningsih, Diah Lestari Mumpuni</i>	18
KEU-033	PENGARUH KINERJA PERUSAHAAN PERBANKAN TERHADAP <i>GOOD CORPORATE GOVERNANCE</i> YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA <i>Handy Imaduddin dan Sutrisno</i>	19
KEU-034	PENGARUH LINGKUNGAN INDUSTRI TERHADAP KINERJA KEUANGAN DENGAN INOVASI SEBAGAI MEDIASI (STUDI PADA USAHA KECIL DAN MENENGAH DI MALANG) <i>Sidik Ismanu</i>	19
KEU-035	PENGARUH <i>LOAN TO DEPOSIT RATIO (LDR)</i> DAN RASIO EFISIENSI (BOPO) TERHADAP PROFITABILITAS <i>Cecep Taufiqurrochman</i>	20
KEU-036	PENGARUH MARKET VALUE ADDED DAN PROFITABILITAS TERHADAP PERUBAHAN KESEJAHTERAAN PEMILIK USAHA <i>Umi Murtini</i>	20
KEU-037	PENGARUH PENERAPAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI DAN KOMPETENSI STAF AKUNTANSI TERHADAP KUALITAS LAPORAN KEUANGAN PEMERINTAH DAERAH <i>Ahmad Andy Adinegara, Lina Said</i>	21

KEU-038	PENGARUH PERUBAHAN <i>TICK SIZE</i> TERHADAP LIKUIDITAS SAHAM LQ-45 YANG DIUKUR DENGAN <i>BID-ASK SPREAD, DEPTH, DAN VOLUME PERDAGANGAN</i> <i>Agus Harjito, Ahmad Dwi Murdani</i>	21
KEU-039	PENGARUH RASIO KEUANGAN TERHADAP RETURN SAHAM PADA PERUSAHAAN LQ 45 YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2011-2013 <i>Muhammad Nastain, Zaenal Arifin</i>	22
KEU-040	PENGARUH RASIO KEUANGAN TERHADAP RETURN SAHAM PADA PERUSAHAAN LQ 45 YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2011-2013 <i>Dede Nova Agus Kuswandi, Sri Mulyati</i>	22
KEU-041	PENGGUNAAN BINARY LOGIT UNTUK PREDIKSI FINANCIAL DISTRESS PADA PERUSAHAAN SEKTOR INDUSTRI MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI) PERIODE 2009-2013 <i>Liliana Inggrit Wijaya, Deddy Marciano, Riska Ayu Setiawati</i>	23
KEU-042	PERAN PELUANG INVESTASI DAN KEBIJAKAN UTANG TERHADAP KEBIJAKAN DIVIDEN (STUDI KASUS PERUSAHAAN NON FINANSIALDI BEI TAHUN 2011-2013) <i>Herry Subagyo, Ana Kadarningsih</i>	23
KEU-043	PERBANDINGAN KINERJA PORTOFOLIO OPTIMAL SAHAM LQ 45: SINGLE-INDEX, MARKOWITZ, DAN TREYNOR-BLACK MODEL <i>Ari Christianti</i>	24
KEU-044	<i>PRACTICES AND STRATEGIES FOR FINANCING AND NON FINANCING SERVICES: ISLAMIC MICRO FINANCE INSTITUTIONS' PERSPECTIVE IN EAST JAVE</i> <i>Nur Indah Riwijanti</i>	24
KEU-045	<i>PRICE MOMENTUM</i> DALAM KONDISI <i>BULL</i> DAN <i>BEAR</i> MARKET DI BURSA EFEK INDONESIA <i>Eka Bertuah, R.A. Nurlinda</i>	25
KEU-046	<i>SHOPPER-BASED MALL EQUITY</i> DAN LOYALITAS PEMBELANJA PUSAT PERBELANJAAN <i>Y. Lilik Rudianto, Dimas Kurnia Aditiawan</i>	25
KEU-047	<i>CAPITAL STRUCTURE AND COMPETITION IN PRODUCT MARKET: IS THERE A RELATIONSHIP ?</i> <i>Puput Tri Komalasari, Juwita</i>	26
KEU-048	STRUKTUR KEPEMILIKAN, <i>CORPORATE PYRAMID</i> , DAN KEBIJAKAN DIVIDEN PERUSAHAAN <i>Selly Dwi Oktafiani, Muhammad Madyan</i>	26
KEU-049	STUDI PERBANDINGAN NILAI VALUE AT RISK ANTARA SAHAM BERBASIS SYARIAH DENGAN SAHAM NON SYARIAH PERIODE 2010-2012 <i>Fransisco Nicolas Sapari & Agus Zainul Arifin</i>	27
KEU-050	THE PRINCIPLE OF FREEDOM OF CONTRACT IN THE IMPLEMENTATION OF THE FRANCHISE CONTRACT INDOMARET AS BEING RISK MANAGEMENT <i>Aris Armuninggar</i>	27
KEU-051	UNDERPRICING: REPUTASI UNDERWRITER, SIZE DAN USIA PERUSAHAAN <i>Umi Murtini, Insiwijati Prasetyaningsih</i>	28

BIDANG : MANAJEMEN OPERASI

- OPS-001** MANAJEMEN TRAFFIC JARINGAN MENGGUNAKAN HIERARCHICAL TOKEN BUCKET (HTB) UNTUK PENINGKATAN QUALITY OF SERVICE (QOS) HOTSPOT PENDIDIKAN DAN PENGAJARAN (DIKJAR) KOMPUTER DAN MATEMATIKA : STUDI KASUS PADA PUSAT LABORATORIUM TERPADU UIN JAKARTA 29
Sardjoeni Moedjiono, Mahbubul Wathoni, Aries Kusdaryono
-
- OPS-002** PENERAPAN SISTEM MANAJEMEN MUTU (SMM) ISO 9001:2008 PADA BAGIAN INCOMING EXPRESS MAIL SERVICE (EMS), KILAT KHUSUS, DAN POS EKSPRES DI MAIL PROCESSING CENTER (MPC) BANDUNG 40400 PT. POS INDONESIA (PERSERO) 29
Muhamad Fahrurrozi, Budi Harsanto
-
- OPS-003** PENGARUH PENERAPAN PERBEDAAN ASPEK-ASPEK DALAM IMPLEMENTASI ISO : 9000 TERHADAP PRAKTEK SUPPLY CHAIN MANAGEMENT DAN KINERJA OPERASIONAL PERUSAHAAN MANUFAKTUR DI INDONESIA 30
Desi Tri Ariani, Siti Nursyamsiah
-
- OPS-004** PENGARUH SAFETY MANAGEMENT PRACTICES TERHADAP SAFETY PERFORMANCE DENGAN VARIABEL MEDIASI SAFETY KNOWLEDGE DAN SAFETY MOTIVATION STUDI PADA PELAKSANA PRODUKSI PABRIK III PT PETROKIMIA GRESIK 30
Dwi Ratmawati, Tri Siwi Agustina dan Novi Aditya Rosalita
-
- OPS-005** PENGARUH SUPPLY CHAIN MANAGEMENT TERHADAP KINERJA OPERASIONAL PERUSAHAAN : KAJIAN SINGKAT INDUSTRI MANUFACTURING 31
Markonah, Muljanto Siladjaja
-
- OPS-006** PERANCANGAN KINERJA RANTAI SUPLAI UKM DENGAN MENGGUNAKAN SCOR 31
Yetty dwi lestari
-
- OPS-007** PROFIL RANTAI NILAI (VALUE CHAIN) PADA INDUSTRI SUSU DI KABUPATEN BANDUNG BARAT (STUDI AWAL UNTUK PENGEMBANGAN MODEL KEMITRAAN RANTAI NILAI SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN DAYA SAING INDUSTRI) 32
Rofi Rofaida, Chairul Furqon

BIDANG : MANAJEMEN PEMASARAN

- PMS-001** ALTRUISME ATAUKAH NIAT RETALIASI? 33
Dien Mardhiah
-
- PMS-002** ANALISIS EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP EXPERIENTIAL VALUE DI INDUSTRI SMARTPHONE 33
Rydho Styawan, Budi Astuti
-
- PMS-003** ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELANJA TERHADAP KEPERCAYAAN KONSUMEN PADA SITUS KASKUS (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Sahid Jakarta) 34
Azwin Risqullah, Titin Astuti, Ni Luh Made Vinaya M.

PMS-004	ANALISIS KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS DENGAN MEDIASI KEPUASAN BAGI PARA PENGGUNA PERGURUAN TINGGI DI JAKARTA <i>Yasinta Soelasih</i>	34
PMS-005	ANALISIS KARAKTERISTIK PENGGUNA SMARTPHONE MELALUI MULTIPLE DISCRIMINANT ANALYSIS (Survey Pada Pengguna Smartphone Android dan iPhone) <i>Agung Wahyu Handaru, Hania Aminah</i>	35
PMS-006	ANALISIS KUALITAS PELAYANAN . (SERVICE QUALITY) TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA WAROENG STEAK & SHAKE DI JAKARTA TIMUR <i>Andrian Haro, Hania Aminah</i>	35
PMS-007	ANALISIS KUALITAS PRODUK, HARGA, PENGIRIMAN, LAYANAN JASA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT SURYA INDOTIM IMEX <i>Rosa Nasra Sitorus, Yohanes Ferry Cahaya</i>	36
PMS-008	ANALISIS MODEL KETERKAITAN <i>ADVERTISING</i> , DAN (<i>BRATRUSIMA</i>) <i>BRAND TRUSH</i> , <i>BRAND IMAGE</i> , SERTA <i>PRICE</i> TERHADAP <i>INTEREST PURCHASE</i> DAN <i>CUSTOMER SATISFACTION</i> MEDIA LUAR RUANG PADA PERUSAHAAN PERIKLANAN SURABAYA <i>Chandra Kartika, Soenarmi</i>	36
PMS-009	ANALISIS PENGARUH <i>EXPERIENTIAL MARKETING</i> TERHADAP <i>CUSTOMER SATISFACTION</i> DENGAN <i>EMOTIONAL VALUE</i> SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA KONSUMEN CINEMA XXI IMAX (STUDI KASUS MAHASISWAI UNIKA ATMA JAYA, JAKARTA) <i>Hendry, Devi Angrahini Anni Lembana</i>	37
PMS-010	ANALISIS PENGARUH KEPUASAN ANGGOTA BMT BINA IHSANUL FIKRI TERHADAP KUALITAS PRODUK PEMBIAYAAN MURABAHAH <i>Murwanto Sigit, One Ocktata Nugraha Saputra</i>	37
PMS-011	ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA JASA TRANSPORTASI KING TRAVEL DI KOTA MALANG <i>Triesti Candrawati</i>	38
PMS-012	ANALISIS PENGARUH SELF CONCEPT, GROUP CONFORMITY, ATTITUDE, BRAND ASSOCIATION DAN BRAND IMAGE TERHADAP MINAT BELI PAKAIAN DALAM NEGERI <i>Lily Suhaily, Yasinta Soelasih</i>	38
PMS-013	ANALISIS PENGARUH VARIABEL RETAIL MARKETING MIX TERHADAP CUSTOMER RETENTION PADA GERAJ ACE HARDWARE PONDOK INDAH MALL <i>Desy Andriani, Devi Angrahini Anni Lembana</i>	39
PMS-014	ANALISIS SPASIAL UNTUK PENENTUAN LOKASI OPTIMAL TOKO RETAIL MINIMARKET DI KABUPATEN SLEMAN DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA <i>Sa'duddin, Kuncoro Harto Widodo</i>	39
PMS-015	<i>ANALYSIS OF DOMESTIC TOURISTS ATTITUDE TOWARDS SUSTAINABLE TOURISM DEVELOPMENT CONCEPT WITH TRIPLE BUTTOM APPROACH AT BUKITTINGGI</i> <i>Verinita</i>	40
PMS-016	ANTESEDEN KOMITMEN RELASIONAL ANGGOTA PADA KOMUNITAS VIRTUAL REMAJA <i>Tanti Handriana, Dimas Januar Perdana</i>	40

PMS-017	BRANDINGISASI WISATA (MODEL PENGEMBANGAN PARIWISATA BERBASIS MOMENTUM LASKAR PELANGI DI PULAU BELITUNG) <i>Nizwan Zukhri, Devi Valertani, Jamilah Cholillah</i>	4
PMS-018	BUILDING YOURSELF WITH MARKETING (PERSONAL BRANDING) <i>Mohamad Hadi Prasetyo</i>	4
PMS-019	FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI BRAND IMAGE: STUDI KASUS MOBIL TOYOTA AVANZA DI JAKARTA <i>Nurinina, Levyda, Susy Bhudharty</i>	4
PMS-020	FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN KONSUMEN (STUDI KASUS DI BANK BRI CABANG YOGYAKARTA) <i>Murwanto Sigit, Rizki Putra</i>	42
PMS-021	HERITAGE CONSERVATION IN THE MIDDLE OF URBAN DEVELOPMENT AT DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA <i>Kurniawan Gilang Widagdyo</i>	43
PMS-022	HUBUNGAN BRAND AWARENESS TERHADAP BRAND TRUST MELALUI BRAND IMAGE <i>Mohammad Fakhruddin Mudzakkir, Iva Nurdiana Nurfarida</i>	43
PMS-023	IMPLEMENTASI BENCHMARKING UNTUK PENINGKATAN CAPAIAN KEY PERFORMANCE INDICATOR (STUDI PADA AUTO 2000 SURABAYA) <i>Indrianawati Usman, Donatus Dendy Saniscara</i>	44
PMS-024	IMPLIKASI CITY MARKETING TERHADAP PENINGKATAN BRAND IMAGE KABUPATEN JEMBER <i>Deasy Wulandari</i>	44
PMS-025	INVESTIGASI PERASAAN PASCA BELI SEPATU OLAH RAGA BAJAKAN <i>Anas Hidayat, Muhammad Noor Fahmy</i>	45
PMS-026	KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK "MULIA" GALERI 24 (STUDI KASUS PT PEGADAIAN (PERSERO)) <i>Adella Hotnyda S, Endang Lestariningsih, Djumarno</i>	45
PMS-027	KUALITAS FESTIVAL PADA JEMBER FASHION CARNAVAL (JFC) MENURUT PERSEPSI PENONTON <i>Fitri Novika Widjaja, Raditya Pratama Akbari Widyatmoko</i>	46
PMS-028	LION EXPRESS: STUDI ADOPSI INOVASI KONSUMEN TERHADAP PRODUK BARU LION AIR GROUP <i>Amri Dzul Fajri</i>	46
PMS-029	MARKETING STRATEGY OF TV MANUFACTURING BUSINESS IN INDONESIA <i>Deki Fermansyah</i>	47
PMS-030	MEMAHAMI MINAT KONSUMEN MENGGUNAKAN E-MONEY: PENGARUH PERCEIVED INNOVATION, PERCEIVED RISK, PERCEIVED VALUE <i>Sri Setyo Iriani, Rosa Prafitri Juniarti</i>	47
PMS-031	MEMBANGUN CITRA PERUSAHAAN (Studi Pada PT. Semen Indonesia. Tbk) <i>Muhadjir Anwar, Budi Priyantono</i>	48
PMS-032	MEMBANGUN MODEL KONSEPTUAL KATEGORI PENERIMA INOVASI (ADOPTER CATEGORY) PADA BELANJA ONLINE DI INDONESIA (KONFIRMATORY TEORI DIFFUSI INNOVASI) <i>Hasyim, Rina Anindita</i>	49

PMS-033	MEMPERTAHANKAN LOYALITAS PELANGGAN AUTO 2000 MELALUI PENCAPAIAN <i>CUSTOMER SATISFACTION</i> DAN <i>TRUST</i> <i>Sri Widyastuti, Nana Nawaslah</i>	50
PMS-034	MODEL KETERKAITAN ATMOSFIR, KUALITAS PELAYANAN DAN <i>BEHAVIORAL INTENTION</i> <i>Ratni Prima Lita</i>	50
PMS-035	MODEL PENGARUH KUALITAS LAYANAN PENDIDIKAN BERBASIS <i>EDUQUAL</i> TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN <i>Raden Kelik Hardinto, Abdul Rozaq, Padli</i>	51
PMS-036	MODEL PENGEMBANGAN <i>CORE COMPETENCIES</i> PRODUK DAERAH DENGAN PENDEKATAN <i>RESOURCES BASED VIEW</i> (KAJIAN PADA UKM MANUFAKTUR DI KOTA PALU) <i>Abd. Wahid Syafar, Husnah, Asngadi</i>	52
PMS-037	PENGARUH BRAND IMAGE DAN SALESPERSON EXPERTISE TERHADAP PEMBENTUKAN PURCHASING INTENTION INDUSTRI ASURANSI <i>Petra Surya Mega Wijaya, Ety Istriani</i>	53
PMS-038	PENGARUH CITRA DESTINASI TERHADAP MINAT UNTUK MEREKOMENDASIKAN KUNJUNGAN WISATAWAN DOMESTIK KE KOTA YOGYAKARTA <i>Purwani Retno Andalas, Lucia Nurbani Kartika</i>	53
PMS-039	PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK BEDAK WARDAH <i>Riska Chaerunnisa, I'in Endang Mardiani</i>	54
PMS-040	PENGARUH <i>CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY</i> TERHADAP <i>CORPORATE BRAND EQUITY</i> MELALUI MEDIASI <i>CORPORATE BRAND CREDIBILITY</i> DAN <i>CORPORATE REPUTATION</i> PADA PT UNILEVER INDONESIA Tbk, DI SURABAYA <i>Grace Felicia Djayapranata, Dudi Anandya, Indarini</i>	54
PMS-041	PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK, KOMUNIKASI PEMASARAN TERHADAP POSITIONING SERTA DAMPAKNYA PADA EKUITAS PELANGGAN (Penelitian Terhadap Kerajinan Perak Bali di Ds Celuk, Kec. Sukawati, Kab Gianjar, Bali) <i>Adjeng Mariana Febrianti</i>	55
PMS-042	PENGARUH <i>GREEN MARKETING</i> DAN PERSEPSI INOVASI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN <i>Muchsin Muthohar, Ika Permatasari Mulyaningsih,</i>	55
PMS-043	PENGARUH IDENTITAS SOSIAL, KEPERCAYAAN, DAN NORMA KELOMPOK TERHADAP <i>ONLINE HELPING BEHAVIOR</i> PADA FORUM ONLINE ASOSIASI IBU MENYUSUI INDONESIA DI MEDIA SOSIAL FACEBOOK <i>Sony Kusumasondjaja</i>	56
PMS-044	PENGARUH KUALITAS INFORMASI DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA <i>ONLINE</i> PADA USAHA FESYEN RITEL "MOKSLO" <i>Fauziah Reni Kartika, Liliani</i>	56
PMS-045	PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS KONSUMEN <i>Putri Dwijayanti, Albari</i>	57

MODEL KETERKAITAN ATMOSFIR, KUALITAS PELAYANAN DAN *BEHAVIORAL INTENTION*

Ratni Prima Lita

Universitas Andalas

Ratni31@yahoo.com

Abstract

The purposes of study are to know; the influence of atmospherics, with the service quality and behavioral intention at restaurants'Padang" in Bukittinggi City. Based on consumer behaviour literatures, this explanatory study investigates causality among cross sectional data that was collected by following convenience sampling technique. The sample size is 100 respondents. The data analyzed by structural equation model. The results show that the effects of atmospherics on service quality is positive and significant at the alpha of 0.05, with the t-statistic of 6,687. The atmospherics has positive impact on positive behavioral intention and significant at the alpha of 0.05, with the t-statistic of 2,996. The service quality has not impact on behavioral intention. These results indicate that atmospherics has significant influence on service quality and behavioral intention at restourants'Padang" in Bukittinggi City. The stakeholders of restaurants Padang may consider this finding to improve atmospherics to improve service quality and behavioral intention.

Keywords: Atmospherics, service quality, behavioral intention

PENDAHULUAN

Sumbangan sektor pariwisata untuk devisa negara berada di posisi ke-4 setelah migas, batu bara, dan kelapa sawit. Sektor pariwisata memainkan peranan penting dalam perekonomian Indonesia, diharapkan menjadi salah satu andalan dalam perolehan devisa, dan bahkan diharapkan menjadi salah satu hasil utama devisa negara Indonesia. Bersama itu, pariwisata akan tetap mengacu pada pertimbangan aspek-aspek sosial budaya dan lingkungan guna peningkatan kualitas hidup dan kesejahteraan bangsa Indonesia.

Kota Bukittinggi merupakan destinasi wisata Sumatera Barat. Kota Bukittinggi mempunyai prospek yang besar berkembangnya industri pariwisata dan industri pendukung pariwisata termasuk di dalamnya restoran Padang. Namun demikian persoalan atmosfer restoran masih jauh dari yang diharapkan, pelayanan yang masih terkesan seadanya. Masih ditemukan interior yang belum mencirikan restoran Padang, alunan musik yang jarang diperdengarkan dan kurang menarik, karyawan yang menjawab seadanya jika ditanya pengunjung dan *lay out* ruang yang kurang teratur. Hal ini diperkirakan akan mempengaruhi intensi wisatawan untuk kembali mengunjungi restoran dan merekomendasikan kepada orang lain (*behavioral intention*) (Survey pendahuluan, 2014)

Agar mampu bersaing restoran Padang harus memiliki *competitive advantage* dengan memberikan atmosfer restoran yang menarik, kualitas pelayanan yang *excellent*. Atmosfir dan kualitas pelayanan (*service quality*) akan mampu mendorong *behavioral intention*, sehingga akhirnya mampu meningkatkan kinerja restoran Padang.

Atmosfir restoran dan kualitas pelayanan (*service quality*) akan mampu mendorong *behavioral intention*. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Jooyeon dan Shawn (2012), bahwa atmosfer mempengaruhi kualitas pelayanan, dan atmosfer dan kualitas pelayanan mempengaruhi *behavioral intention*. Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian Cronin et.al (2000) bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi *behavioral intention*. Lebih lanjut Ryu dan Jang (2008), Han dan Ryu (2011), Heung dan Gu (2012) menyatakan bahwa atmosfer bisa diukur dengan suasana, ruang dan fungsi, tanda, simbol dan artefak dan pekerja, sedangkan kualitas pelayanan menurut Jooyeon dan Shawn (2012) diukur dengan restoran memberikan makan sesuai pesanan, pelayanan dengan tepat dan cepat, karyawan yang mampu menjawab pertanyaan pelanggan secara lengkap. Indikator *behavioral intention* adalah oleh Ryu dan Jang (2008), Han dan Ryu (2011), adalah kerapian pekerja, penampilan pekerja dan jumlah pekerja.

Berangkat dari pemikiran-pemikiran di atas dan untuk mendapatkan bukti empirik, maka diperlukan penelitian berkenaan dengan : "MODEL KETERKAITAN ATMOSFIR, KUALITAS PELAYANAN DAN BEHAVIORAL INTENTION" dengan melakukan survey pada restoran Padang di Kota Bukittinggi

Rumusan Masalah

- 1) Apakah atmosfir restoran berpengaruh terhadap kualitas pelayanan pada restoran Padang di Kota Bukittinggi?
- 2) Apakah atmosfir restoran berpengaruh terhadap *behavioral intention* pada restoran Padang di Kota Bukittinggi?
- 3) Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap *behavioral intention* pada restoran Padang di Kota Bukittinggi?

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah:

- 1) Untuk menganalisis pengaruh atmosfir restoran terhadap kualitas pelayanan pada restoran Padang di Kota Bukittinggi.
- 2) Untuk menganalisis pengaruh atmosfir restoran terhadap *behavioral intention* pada restoran Padang di Kota Bukittinggi.
- 3) Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap *behavioral intention* pada restoran Padang di Kota Bukittinggi.

KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Atmosfir

Atmosfir merupakan rancangan suasana ruang sebagai rangsangan fisik dan sosial yang diciptakan oleh pemasar untuk mempengaruhi konsumen yang berdampak psikologis sehingga menjadi pemicu agar menarik konsumen datang melakukan pembelian sehingga dapat meningkatkan penjualan (Peter dan Olson, 2000).

Indikator untuk mengukur atmosfir menurut Jooyeon dan Shawn (2012) yaitu:

1. Desain interior restoran
2. Musik yang dimainkan
3. Layout dan fasilitas estetika restoran

Lebih lanjut Ryu dan Jang (2008), Han dan Ryu (2011), Heung dan Gu (2012) menyatakan bahwa atmosfir bisa diukur dengan:

1. Suasana,
2. Ruang dan fungsi
3. Tanda, simbol dan artefak
4. Pekerja.

Service Quality

Menurut Gronroos (2001), "service quality is perceived through a comparison between expectations and experiences over a number of quality attributes." Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa, kualitas pelayanan adalah perbandingan antara persepsi terhadap jasa yang diterima dengan jasa yang diharapkan. Ketika harapan penerima jasa terlalu besar sementara jasa yang diterima sangat luar biasa, maka akan menjadi kejutan yang menyenangkan bagi pelanggan. Pada saat harapan penerima jasa terpenuhi, berarti kualitas jasa tidak dapat diterima. Ketika harapan pelanggan sebanding dengan kualitas jasa yang diberikan, maka kualitas pelayanan akan memberikan kepuasan. Menurut Sexena (2002) kelima dimensi kualitas jasa yaitu *tangibles* (kenyataan yang dapat dilihat), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (tingkat perhatian pelanggan), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (kepedulian), dibagi menjadi dua dimensi yaitu: *soft dimension* (*reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*) dan *hard dimension* (*tangibles*)

Pelayanan pada restoran yang merupakan interaksi antara konsumen dengan pemberi jasa. Indikator untuk mengukur kualitas pelayanan menurut Jooyeon dan Shawn (2012) yaitu:

1. Restoran memberikan makan sesuai pesanan
2. Restoran memberikan pelayanan dengan tepat dan cepat
3. Restoran mempunyai karyawan yang mampu menjawab pertanyaan pelanggan secara lengkap.

Menurut J. Joseph Cronin, JR et al., 2000 terdapat 10 indikator Kinerja Kualitas Pelayanan :

1. Karyawan menyediakan layanan yang handal, konsisten dan dapat dipercaya.
2. Karyawan bersedia dan mampu memberikan layanan pada waktu yang tepat
3. Karyawan berkompoten (berpengetahuan dan terampil)
4. Karyawan mudah untuk didekati dan menghubunginya.
5. Karyawan ramah, sopan dan hormat.
6. Karyawan mendengarkan saya dan berbicara dalam bahasa yang saya mengerti.
7. Karyawan terpercaya, dapat dipercaya dan jujur.
8. Fasilitas ini menyediakan lingkungan yang bebas dari bahaya, resiko dan keraguan.
9. Karyawan berupaya untuk memahami kebutuhan saya.
10. Fasilitas fisik dan karyawan bersih dan rapi.

Behavioral Intention

Kecenderungan konsumen untuk mengulang kembali atau tidak terhadap layanan yang dilakukan oleh pihak restoran. Indikator untuk mengukur kualitas pelayanan menurut Jooyeon dan Shawn (2012) yaitu:

1. Akan makan kembali di restoran

2. Akan menyampaikan hal yang positif tentang restoran kepada orang lain
3. Akan merekomendasikan restoran kepada orang lain

Lebih lanjut indikator *behavioral intention* yang diajukan oleh Ryu dan Jang (2008), Han dan Ryu (2011), adalah:

1. Kerapian pekerja
2. Penampilan pekerja
3. Jumlah pekerja.

2.2. Kerangka Konseptual dan Hipotesis

Atmosfir restoran dan kualitas pelayanan (*service quality*) akan mampu mendorong *behavioral intention*. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Jooyeon dan Shawn (2012), bahwa atmosfir mempengaruhi kualitas pelayanan, Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian Cronin et.al (2000) bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi *behavioral intention*. Berdasarkan hasil penelitian ini dikemukakan hipotesis berikut ini:

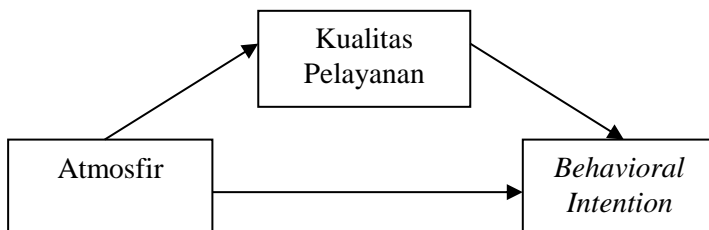
Hipotesis 1: Atmosfir berpengaruh terhadap kualitas pelayanan pada restoran Padang di Kota Bukittinggi

Jooyeon dan Shawn (2012) menyatakan bahwa atmosfir mempengaruhi *behavioral intention*. Hasil penelitian ini didukung juga oleh penelitian Ryu dan Jang (2007) bahwa atmosfir pendorong *behavioral intention*. Heung dan Gu (2012) menemukan atmosfer restoran memiliki pengaruh terhadap *behavioral intention* konsumen. Berdasarkan hasil penelitian ini dikemukakan hipotesis berikut ini:

Hipotesis 2: Atmosfir berpengaruh terhadap *behavioral intention* pada restoran Padang di Kota Bukittinggi

Jooyeon dan Shawn (2012) menemukan bahwa kualitas pelayanan, dan atmosfir mempengaruhi *behavioral intention*. Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian Cronin et.al (2000) dan Ryu dan Jang (2007) bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi *behavioral intention*.

Hipotesis 3: Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap *behavioral intention* pada restoran Padang di Kota Bukittinggi



Gambar 1
Model Penelitian

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan ilmu Manajemen khususnya manajemen pemasaran jasa dan perilaku konsumen. Jenis penelitian adalah verifikatif karena penelitian ini bertujuan untuk menguji untuk mengetahui kejelasan hubungan suatu variabel (menguji hipotesis) melalui pengumpulan data di lapangan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survey yaitu penelitian ini mengambil sampel dari populasi dengan menggunakan kuesioner dan wawancara sebagai alat pengumpulan data utamanya. Metode survey yang diterapkan yaitu *explanatory survey*. Tipe penyelidikan (*investigation type*) adalah tipe kausalitas yang bertujuan menjelaskan hubungan antar variabel, sedangkan cakupan waktu (*time horizon*) bersifat *cross sectional* yang mencerminkan gambaran dari suatu keadaan pada suatu saat tertentu pada tahun 2014. Unit analisis adalah pelanggan.

Dalam penelitian ini, teknik penarikan sampel yang digunakan adalah *convenience sampling*. Ukuran sampel sebesar 100 responden.

Data primer diperoleh dengan mengambil sampel dari sebagian populasi. Populasi sasaran dalam penelitian ini adalah Pelanggan yang pernah makan ataupun berkunjung ke restoran di di Kota Bukittinggi. Daftar pertanyaan yang dibuat dalam bentuk sederhana dengan metode pertanyaan tertutup. Analisis data dengan metode analisis deskriptif menggunakan Structural Equation *Structural Equation Model (SEM)* dengan menggunakan *Partial Least Square (PLS)*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Pengumpulan data melalui kuesioner mengenai karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dimaksudkan untuk menganalisis seberapa besar jumlah konsumen restoran padang didasarkan pada perbandingan jumlah antara laki-laki dan perempuan, sehingga dapat diketahui jenis kelamin yang mendominasi konsumen restoran padang.

Tabel 1
Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	FREKWENSI	PRESENTASE (%)
Laki-laki	48	48
Perempuan	52	52
Total	100	100

Sumber : Hasil Kuisisioner 2015

Berdasarkan Tabel 1, dari 100 responden dikelompokkan menjadi 2 item yang mengunjungi Restoran Padang adalah mereka yang berjenis kelamin laki-laki berjumlah 48 orang dengan persentase 48% dan perempuan 52 orang dengan persentase 25%.

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Karakteristik responden berdasarkan usia seperti tabel 2 berikut ini:

Tabel.2
Jumlah Responden Berdasarkan Usia

Usia	FREKWENSI	PERSENTASE (%)
<17 tahun	2	2
>17-25 tahun	32	32
>26-50 tahun	49	49
<50 tahun	17	17
Total	100	100

Sumber : Hasil Kuisisioner 2015

Berdasarkan Tabel 2, dari 100 responden yang dijadikan sebagai responden sebagian besar berusia >17 tahun-50 tahun.

Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir

Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir seperti tabel 3 berikut ini:

Tabel 3
Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan	FREKWENSI	PERSENTASE (%)
SD	2	2%
SMP	16	16%
SMA	34	34%
SARJANA	48	48%
TOTAL	100	100

Sumber : Hasil Kuisisioner 2015

Berdasarkan tabel 3 diatas, dari 100 responden yang dijadikan sebagai sampel, responden yang mengunjungi Restoran Padang di Bukittinggi dominan berpendidikan terakhir dari SMA dan Sarjana.

Karakteristik responden berdasarkan Pekerjaan

Karakteristik responden berdasarkan Pekerjaan seperti Tabel 4:

Tabel 4

Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	FREKWENSI	PERSENTASE (%)
PNS	19	19
Wiraswasta	17	17
Karyawan swasta	11	11
Karyawan	7	7
BUMN/BUMD		
Buruh	5	5
Petani	6	6
Ibu RT	7	7
Lainnya	28	28
Total	100	100

Sumber : Hasil Kuisisioner 2015

Berdasarkan tabel 4, dari 100 responden yang dijadikan sebagai sampel, responden yang mengunjungi Restoran Padang di Bukittinggi memiliki pekerjaan yaitu PNS, Wiraswasta dan Karyawan.

Karakteristik responden berdasarkan Penghasilan

Perbulan

Karakteristik responden berdasarkan penghasilan perbulan seperti Tabel 5:

Tabel 5
Jumlah Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan

Pendapatan	FREKWENSI	PERSENTASE (%)
<Rp 500.000	18	18%
>Rp 500.000-1.000.000	10	10%
>Rp 1.000.000-3.000.000	44	44%
>Rp 3.000.000-5.000.000	19	19%
>Rp 5.000.000	9	9%
Total	100	100

Sumber : Hasil Kuisisioner 2015

Berdasarkan tabel 5 diatas, dari 100 responden yang dijadikan sebagai sampel, responden yang mengunjungi Restoran Padang di Bukittinggi dominan berpenghasilan kisaran >Rp 3.000.000-5.000.000. Hal ini menyatakan konsumen Restoran Padang tidak hanya dari kalangan atas, tapi juga ada kalangan bawah dan menengah, karena harga di restoran padang yang sesuai dengan penghasilan pada kalangan bawah, menengah dan atas.

Pengujian Model Struktural (Inner Model)

1. Uji Model (R-square)

Evaluasi *structural model* dilakukan dengan melihat R-square. Nilai R-square dapat digunakan untuk menilai pengaruh variabel laten independen tertentu terhadap variabel laten dependen apakah mempunyai pengaruh yang substantif. Berikut adalah R-square pada konstruk

Tabel 6. R Square

R Square	
ATM	
BI	0,185981
SQ	0,252229

Sumber : Output SmartPLS (2015)

Dari tabel 6 menunjukkan nilai R-Square konstruk Behavioral Intention. sebesar 0,185981 dan konstruk Service Quality sebesar 0,252229. Semakin tinggi nilai R-Square maka semakin besar kemampuan variable independen tersebut dapat menjelaskan variable dependen sehingga semakin baik persamaan strukturalnya. Untuk variable *behavioral intention* memiliki nilai R- Square sebesar 0,185982 yang berarti 18,5982 % variance behavioral intention mampu dijelaskan oleh variable atmosfer dan service quality sedangkan sisanya dijelaskan oleh variable lain di luar model penelitian. Variable *service quality* memiliki nilai R-Square sebesar 0,252229 yang berarti 25,2229% variabel atmosfer dan sisanya dijelaskan oleh variable lain di luar model penelitian.

2. Pengujian Hipotesis

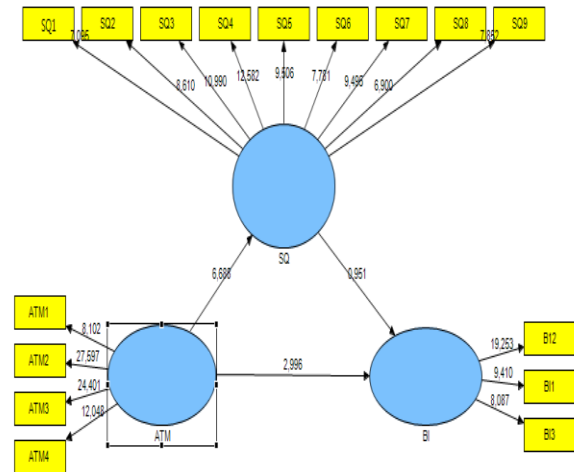
PLS tidak mengasumsikan normalitas dan distribusi data, PLS menggunakan *nonparametric test* untuk menentukan tingkat signifikan dari *path coefficient*, dimana nilai T (T-statistik) yang dihasilkan dengan menjalankan algoritma *bootstrapping* pada *SmartPLS* digunakan untuk menentukan diterima atau tidaknya hipotesis yang diajukan. Hipotesis akan didukung apabila nilai T-statistik melebihi T-tabel yaitu 1,96.

Tabel 7. Uji Hipotesis

	T Statistics (O/STERR)	Tingkat Signifikan
ATM -> SQ	6,687	Signifikan
ATM -> BI	2,996	Signifikan
SQ -> BI	0,951	Tidak signifikan

Sumber : Output SmartPLS (2015)

Model Antar Konstruk Output SmartPLS (*Bootstrapping*) dapat terlihat pada Gambar 2 berikut ini



Gambar 2.

Model Antar Konstruk Output SmartPLS (*Bootstrapping*)

Pengaruh Atmosfir terhadap kualitas pelayanan

Dari hasil Tabel 6 dapat terlihat bahwa hipotesis 1 menyatakan adanya pengaruh yang positif dan signifikan. Dapat dilihat hasil t-statistiknya yang besar dari 1,96 (6,687 > 1,96). Hal ini berarti hipotesis 1 diterima dengan artian bahwa Atmosfir berpengaruh terhadap kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan pada restoran Padang di Kota Bukittinggi. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Jooyeon dan Shawn (2012), bahwa atmosfer mempengaruhi kualitas pelayanan

Pengaruh atmosfer terhadap behavioral intention

Dari hasil Tabel 6 dapat terlihat bahwa hipotesis 2 menyatakan adanya pengaruh yang positif dan signifikan. Dapat dilihat hasil t-statistiknya yang besar dari 1,96 (2,996 > 1,96). Hal ini berarti hipotesis 2 diterima dengan artian bahwa Atmosfir berpengaruh terhadap kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* pada restoran Padang di Kota Bukittinggi.

Hasil riset ini sesuai dengan hasil riset Jooyeon dan Shawn (2012) menyatakan bahwa atmosfer mempengaruhi

behavioral intention. Hasil penelitian ini didukung juga oleh penelitian Ryu dan Jang (2007) bahwa atmosfer pendorong *behavioral intention*. Heung dan Gu (2012) menemukan atmosfer restoran memiliki pengaruh terhadap *behavioral intention* konsumen

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap behavioral intention

Dari hasil Tabel 6 dapat terlihat bahwa hipotesis 3 menyatakan tidak ada pengaruh yang signifikan. Dapat dilihat hasil t-statistiknya yang kecil dari 1,96 ($0,951 < 1,96$). Hal ini berarti hipotesis 2 tidak diterima dengan artian bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention* pada restoran Padang di Kota Bukittinggi.

Hasil riset ini berbeda dengan hasil riset Jooyeon dan Shawn (2012) menemukan bahwa kualitas pelayanan, dan atmosfer mempengaruhi *behavioral intention*. Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian Cronin et.al (2000) dan Ryu dan Jang (2007) bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi *behavioral intention*.

Secara keseluruhan konsumen Restoran Padang merasa puas dalam terhadap pelayanan serta kinerja karyawan terhadap konsumen. Selain itu tidak hanya *service quality* yang diutamakan tetapi juga harus memperhatikan *atmospherics* dari Restoran Padang. Konsumen merasa dilayani secara baik, dimana karyawannya melayani dengan handal/konsisten. Selain itu para karyawan di Restoran Padang juga sopan, ramah dan hormat kepada konsumen, jadi konsumen merasa betah dan tertarik untuk datang kembali ke Restoran Padang ini. Dengan nilai positif yang mereka rasakan selama makan di Restoran Padang membuat mereka merekomendasikan lagi kepada teman-teman yang lain.

Selain itu konsumen juga diberikan pemandangan yang indah dengan desain interior khas budaya Padang, sehingga membuat konsumen merasakan adanya perbedaan yang mendasar dari restoran-restoran lainnya yang bukan restoran Padang

KESIMPULAN

Pada bagian ini, pengarang menyampaikan kesimpulan hasil penelitian atau *review literature*, keterbatasan penelitian atau penulisan serta agenda penelitian berikutnya

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian ini maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Atmosfir berpengaruh terhadap kualitas pelayanan pada restoran Padang di Kota Bukittinggi.
2. Atmosfir berpengaruh terhadap *behavioral intention* pada restoran Padang di Kota Bukittinggi.

3. Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention* pada restoran Padang di Kota Bukittinggi.

Saran yang dapat penulis berikan untuk penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan keterkaitan antara *service quality*, *atmospherics* terhadap *behavioral intentions* adalah sebagai berikut.

1. Bagi Penelitian Selanjutnya

Bagi peneliti yang ingin melakukan penelitian mengenai keterkaitan antara *service quality*, *atmospherics* terhadap *behavioral intentions*, bisa dilakukan pada objek yang berbeda seperti restoran cepat saji, sehingga dapat dilakukan perbandingan hasil pengujiannya.

2. Bagi Restoran Padang

Bagi Restoran Padang lebih memperhatikan atmosfer restoran karena variabel ini sangat diperhatikan oleh pengunjung restoran untuk kembali berkunjung ke hotel dan merekomendasikannya kepada orang lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Cacares, Ruben Chumpitaz and Nicholas G. Paparoidamis. 2007. *Service quality, relationship, satisfaction, trust, commitment and business-to-business loyalty..* European Journal of Marketing. Vol. 41 No. 7/8, 2007: . 836-867
- Gronroos, Christian. 2001. *Service Management and Marketin, A Customer Relationship Management Approach*. New York: John Wiley & Son.
- Harrison, Paul and Robin Shaw. 2004. Consumer Satisfaction and Postpurchase Intentions: An Exploratory Study of Museum Visitors. *International Journal of Arts Management* 6: 23-32.
- Jooyeon Ha and SooCheong (Shawn) Jang. 2012. The Effect of Dining Atmospheric on Behavioral Intentions Through Quality Perception. *Journal of Services Marketing*.26/3 (2012), 204-215.
- Kotler, Philip dan Keller. 2011. *Marketing Management*. Engelwood Cliffs: Prentice Hall International Inc. A Division of Simoon and Scuster.
- Lovelock, Christoper and Lauren Wright. 2002. *Principles of Service Marketing and Management*. USA: Prentice Hall Internasional. Inc.

Ryu, K and Jang,S.2008. “Dinescape: A Scale for Customers’ Perception of Dining Environment. Journal of Foodservices Business Research, Vol.11 NO.1, 2-22.

Sekaran, Uma. 2000. *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*. Singapore. John Wiley & Sons, Inc.

Sideshmuhk, Deepak, Jaddig Singh and Berry Sabol. 2002. Customer Trust, Value, and Loyalty in Relational Exchanges. *Journal of Marketing* 66: 15-37.

Zeithaml, Valarie A and Mary Jo Bitner. 2000. *Service Marketing*. Singapore: Mc Graw-Hill Companies Inc

PERNYATAAN / PENGHARGAAN

Ucapan terima kasih kepada Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Andalas yang telah membiayai penelitian dalam skim penelitian Jurusan tahun Anggaran 2014



Sertifikat

diberikan kepada

Dr. Ratni Priana Lita, S.E., MM

sebagai :

Penyakit

Dalam Seminar Nasional, Career & Socialisasi Learning Outcome
FORUM MANAJEMEN II DON SIA 7

diorganisasi :

"Dinamika dan Peran Ilmiah Manajemen untuk Menghadapi AEC"
10 November 2015 – Discovery Hotel and Convention Ancol

Ketua Panitia
Forum Manajemen Indonesia 7

Dr. Yasintha Soelasih, S.E., M.Si.

Ketua Umum
Forum Manajemen Indonesia

Sri Gunawan, DBA.

FMI
FORUM MANAJEMEN
INDONESIA