

7th NCAB 2020

NATIONAL CONFERENCE ON APPLIED BUSINESS

BOOK ABSTRACT

"Creative Strategic to Business Sustainability"

co-host:



PROGRAM
MAGISTER MANAJEMEN



BOOK ABSTRACT

“Creative Strategic to Business Sustainability”

Editor:

Dr. Nuryakin.,M.M

Dr. Arni Surwanti.M.Si

Prof. Dr. Heru Kurnianto, MM

Fauziah, S.E.,M.Si

PPS
U M Y  **Penerbit**
Program Pascasarjana
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

Book Abstract
“Creative Strategic to Business Sustainability”

Volume 1, vi + 109 halaman, 170 x 250 mm

ISBN: 978-623-90018-5-8

Editor:

Dr. Nuryakin.,M.M

Dr. Arni Surwanti.M.Si

Prof. Dr. Heru Kurnianto, MM

Fauziah, S.E.,M.Si

Tata Letak:

Junior Hendri Wijaya S.IP

Meisy Lathifah, S.E

Rizkiana Rahayu, SE

Desain Sampul:

Junior Hendri Wijaya S.IP

Penerbit:

Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Cetakan Pertama, Maret 2020

Hak cipta dilindungi undang-undang

Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk dan dengan cara
apapun tanpa ijin tertulis dari penerbit

PROCEEDINGS

The 7th National Conference on Applied Business
(NCAB)
14 Maret 2020

HOSTED & Co-HOST

Hosted:

Program Studi Magister Manajemen
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY)

Institute of Co-host:

1. Program Studi Magister Manajemen (MM) Universitas Islam Indonesia (UII), Yogyakarta.
2. Program Studi Magister Manajemen (MM) Universitas Islam Sultan Agung, Semarang.
3. Program Studi Magister Manajemen (MM) Universitas Kristen Duta Wacana (UKDW), Yogyakarta.
4. Program Studi Magister Manajemen (MM) Universitas Sebelas Maret (UNS), Surakarta.
5. Program Studi Magister Manajemen (MM) Universitas Stikubank (Unisbank), Semarang.
6. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) YKPN Yogyakarta.

Reviewer:

1. Prof. Dr. Heru Kurnianto Tjahjono. MM. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Prof. Dr. Siswoyo Haryono. MM. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Dr. Arni Surwanti. MSi. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
4. Dr. Nuryakin. MM. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
5. Retno Tanding. PhD. MSi. Universitas Sebelas Maret Surakarta.
6. Prof. Dr. Asri Laksmi Rianti. Msi, Universitas Sebelas Maret Yogyakarta
7. Dr. Singgih Santoso, MM, Universitas Kristen Duta Wacana
8. Dr. d. Agus Harjito, M.Si, Universitas Islam Indonesia

9. Prof. Dr. Widodo. M.Si, Universitas Islam Sultan Agung, Semarang.
10. Dr. Gregorius Masdjojo M.Kom, M.Si, Universitas Stikubank (Unisbank), Semarang
11. Dr. Miswanto., M. S, STIE YKPN Yogyakarta
12. Dr. Wihandaru Sotya Pamungkas, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
13. Dr. Susanto, MS, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
14. Dr. Firman Pribadi. MSi, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
15. Dr. Ika Nurul Qomari. MSI, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
16. Dr. Nur Hidayah. MM, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
17. Fauziah, S.E., M.Si, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
18. Dr. Udin MM, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
19. Dr. Dyah Handayani., MM, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
20. Munjiati Munawaroh, S.E., M.Si, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
21. Radian Dananjoyo, SE, MM, M.Sc, Ph.D, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
22. Dr. Qurratul Aini, M.Kes, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

PENDAHULUAN

The 7th National Conference on Applied Business (NCAB) yang diselenggarakan pada tanggal 14 Maret 2020 di Program Studi Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Ini merupakan Konferensi berskala Nasional yang pada awalnya di inisiasi oleh Program Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY), Universitas Islam Indonesia (UII), dan Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta (UKDW) serta disupport oleh Aliansi Program Magister Manajemen Indonesia (APMMI).

The 7th National Conference on Applied Business (7th NCAB) saat ini di selenggarakan oleh Program Magister Manajemen Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Yogyakarta sebagai host dan di dukung oleh beberapa Program Studi Magister manajemen lainnya sebagai co-host. Konferensi ini dilakukan secara bergiliran pada setiap dua kali dalam setahun di lingkungan Program Magister Manajemen yang menjadi anggota dalam kegiatan NCAB. Kegiatan ini merupakan sebuah kesempatan bagi mahasiswa magister, doctoral program, dosen, peneliti dan profesional dalam mengembangkan jejaring sosial mereka. Dalam kegiatan tersebut diseminarkan rancangan penelitian, hasil penelitian, case study, dan business plant dari berbagai mahasiswa magister dan program Doktor.

Dalam konferensi ini, terdapat 4 tema utama dan 108 abstrak yang terpilih. Kumpulan abstrak ini dikategorikan ke dalam empat bidang kajian ilmu manajemen, diantaranya Manajemen Sumber Daya Manusia, Manajemen Pemasaran, Manajemen Keuangan dan Manajemen Operasi. Semua abstrak mewakili rancangan penelitian, case study, hasil penelitian atau business plant yang memberikan berkontribusi pada pengembangan pengetahuan (*contribution to the body knowledge*) dalam berbagai bidang penelitian tersebut.

KATA PENGANTAR



Dr. Arni Surwanti, M.Si

Ketua Program Studi Magister Manajemen
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY)

National Conference on Applied Business (NCAB) merupakan kegiatan Konferensi dalam level Nasional. Hingga saat ini National Conference on Applied Business (NCAB) sudah sampai pada konferensi ke 7. National Conference on Applied Business (NCAB) saat ini beranggotakan Program Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Program Magister Manajemen Universitas Islam Indonesia, Program Magister Manajemen Universitas Sebelas Maret, Program Magister Manajemen Universitas Kristen Duta Wacana, Program Magister Manajemen Universitas Islam Sultan Agung dan Program Magister Manajemen Universitas Stikubank Semarang. Kegiatan NCAB ini diadakan dua kali dalam setiap tahunnya secara bergiliran pada Program Studi Magister Manajemen tersebut. Tujuan dari kegiatan konferensi ini adalah untuk menyebarluaskan rancangan riset, hasil riset, case study atau business plant dan best practice dari berbagai perspektif di bidang manajemen agar dapat memberi solusi terhadap berbagai tantangan bisnis yang cepat berubah, kompleks dan tidak pasti.

Untuk mencapai keberhasilan berbisnis di era revolusi industri 4.0 saat ini dibutuhkan kolaborasi, *creative strategic* dan sinergitas yang bertumbuh baik antar para pelaku bisnis serta antara bisnis dan pendidikan tinggi sesuai dengan topik dalam seminar ini. Hal tersebut diharapkan dapat mendukung tercapainya sistem timbal balik yang kuat dan saling menguntungkan dalam menghadapi revolusi industri 4.0.

Kami ingin menyampaikan terima kasih yang tulus kepada semua tim yang terlibat dalam acara ini, atas bantuan dan kerja keras mereka untuk mengatur acara hebat ini. Dan, juga kami mengucapkan terima kasih untuk semua peserta yang telah mencurahkan waktu, pemikiran

serta tenaganya untuk dapat partisipasi dalam konferensi ini. Semoga kegiatan yang sangat bermakna ini selalu menghasilkan kolaborasi dan sinergi yang bermanfaat untuk kemajuan iptek dan kesejahteraan masyarakat Indonesia dalam mendukung pencapaian bangsa Indonesia yang lebih maju, unggul dan kokoh.

Yogyakarta, 14 Maret 2020
Dr. Arni Surwanti, M.Si
Ketua Prodi Magister Manajemen UMY
email: arni_surwanti@umy.ac.id

KATA SAMBUTAN



Dr. Nuryakin, SE.,MM

CHAIR CONFERENCE

The 7th National Conference on Applied Business
(NCAB)

The 7th National Conference on Applied Business (NCAB) yang di selenggarakan di Program Studi Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta ini bertema “*Creative Strategic to Business Sustainability*”. The Seventh National Conference on Applied Business (7th NCAB) diselenggarakan di Gedung Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Yogyakarta pada hari Sabtu, 14 Maret 2020. Dalam konferensi ini, terdapat 108 makalah dari 7 Program Magister Manajemen Universitas di Indonesia yang disajikan dalam sepuluh sesi paralel kelas presentasi yang diketuai oleh Chair kelas presentasi pada bidang masing-masing. Pada sabtu pagi, 120 peserta telah hadir di Ruang Seminar gedung Pascasarjana lantai 4 untuk mengikuti seminar. Isu keberlanjutan bisnis menjadi isu menarik dalam seminar tersebut. Hadir 3 pembicara dalam kegiatan seminar tersebut, diantaranya A. Kurniadi Saputro (PT. Pos Indonesia), Arif Sosiawan, S.TP., MM (PT. Sarihusada Generasi Mahardhika), dan Prof. Dr. Siswoyo Haryono, MM (Universitas Muhammadiyah Yogyakarta).

Proceeding sebagai output dari 7th NCAB dan call paper, merupakan kumpulan abstrak dari makalah yang telah dipresentasikan di Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Kumpulan abstrak ini dikategorikan ke dalam empat bidang kajian ilmu manajemen, diantaranya Manajemen Sumber Daya Manusia, Manajemen Pemasaran, Manajemen Keuangan dan Manajemen Operasi.

Kami berterimakasih kepada semua peserta yang telah menghadiri dan mempresentasikan karya-karyanya. Kami berharap masukan-masukan

yang diberikan saat sesi paralel bisa meningkatkan kualitas dari artikel peserta. Kami juga berterimakasih kepada semua co-Host kegiatan The 7th NCAB yang telah mengirim Mahasiswa Magister Manajemen pada kegiatan konferensi ini.

Yogyakarta, 14 Maret 2020

Dr. Nuryakin, SE., MM
Chair Conference 7th NCAB
email: nuryakin@umy.ac.id

The 7th National Conference on Applied Business (NCAB)

Conference Chair:

Dr. Nuryakin. MM Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Paper Reviewer

Prof. Dr. Heru Kurnianto Tjahjono. MM Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Prof. Dr. Siswoyo Haryono. MM Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Dr. Arni Surwanti. MSi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Dr. Nuryakin. MM Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Retno Tanding. PhD. MSi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Prof. Dr. Asri Laksmi Rianti. MS Universitas Negeri Surakarta
Dr. Singgih Santoso, MM Universitas Kristen Duta Wacana
Dr. d. Agus Harjito, M.Si Universitas Islam Indonesia
Prof. Dr. Widodo. M.Si Universitas Islam Sultan Agung, Semarang
Dr. Gregorius Masdjojo M.Kom, M.Si Universitas Stikubank (Unisbank), Semarang
Dr. Miswanto., M. S STIE YKPN Yogyakarta

Chair Session:

Prof. Heru Kurnianto Tjahjono. MM Human Resources Management
Dr. Arni Surwanti, M.Si Financial Management
Dr. Wihandaru Sotya Pamungkas Financial Management
Dr. Nuryakin. MM Marketing Management
Dr. Susanto, MS Marketing Management
Dr. Firman Pribadi. MSi Financial Management
Dr. Ika Nurul Qomari. MSI Human Resources Management
Dr. Nur Hidayah. MM Human Resources Management
Fauziah, S.E., M.Si Human Resources Management
Dr. Udin MM Human Resources Management
Dr. Dyah Handayani., MM Marketing Management
Munjiati Munawaroh, S.E., M.Si, Operation Management
Radyan Dananjoyo, SE, MM, M.Sc, Ph.D Marketing Management
Dr. Qurratul Aini, M.Kes Marketing Management

Tata Letak

Junior Hendri Wijaya S.IP
Meisy Lathifah, S.E

Design Cover

Junior Hendri Wijaya S.IP

PROFIL SINGKAT NARASUMBER



Prof. Dr. Siswoyo Haryono, MM

Saat ini menjabat sebagai Kepala Program Studi Doktor (S3) Program Manajemen di Studi Pascasarjana, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Siswoyo Haryono melakukan penelitian dalam bidang Bisnis dan Manajemen, Administrasi Bisnis dan Perilaku Organisasi.



Arif Sosiawan, S.TP.,MM

Saat ini menjabat sebagai Factory Manager PT SGM. Arif Sosiawan pernah menempuh pendidikan S1 di *Food Technology* - UGM dan S2 Magister Management - UMY. Pengalaman yang pernah dilakukan sebagai berikut: *Service years at PT SGM: 24 years, Management Trainee at 1996, Operational Development Manager (SHE, Nature, Performance, Project) PT SGM, Safety, Health, Environment and Performance Manager Danone ELN Indonesia. Organizations: Chairman of Koperkasa (Koperasi PT SGM): 2018 - 2020, Former of Commissioner PT Bhakti Karya Mulia (Subsidiary of Koperkasa), Advisor of PT Koperkasa Mitra Abadi (Subsidiary of Koperkasa).*



A.Kurniadi Saputro

A. Kurniadi Saputro Merupakan Manager Data Analitik & Bisnis Intelegent (PT Pos Indonesia). Pernah menempuh pendidikan di Magister of Sains di STIA LAN Makasar. Dengan memiliki skill di bidang Fasilitator Management, Trainee PT. Pos Indonesia (Persero), Fasilitator Leadership and Team Work PT Pos Indonesia, dan Fasilitator Dangerous Good and Valuable Good PT. Pos Indonesia (Persero).

DAFTAR ISI

PROCEEDINGS.....	ii
PENDAHULUAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
KATA SAMBUTAN.....	ix
The 7 th National Conference on Applied Business (NCAB)	xi
PROFIL SINGKAT NARASUMBER	xii
DAFTAR ISI.....	xiii

ID PAPER	PENULIS DAN JUDUL	HAL
SUMBER DAYA MANUSIA		
NCAB 7_025	Jesika Laurenza¹, Heru Kristanto² Pengaruh Persepsi Dukungan Organisasional dan Persepsi Dukungan Pengawasan Terhadap Perilaku Menyimpang Di Tempat Kerja (Studi di RS Bethesda Lempuyangwangi)	1
NCAB 7_026	Andi Hendrawan, S.T., M.T., M.Kes AVOID Leadership Pengaruhnya Terhadap Kinerja Dan Organizational Citizenship Behavior (OCB)	2
NCAB 7_004	Nurul Khafiana Analisa Pengaruh Counterproductive Work Behaviors	3
NCAB 7_036	Dima Roulina Simbolon Social Intelligence and Social Media Orientation as a Means to Improve SMEs Innovation Performance	4
NCAB 7_051	Asep Taufik Peran Kepemimpinan Transformasional Dalam Memoderasi Pengaruh Konflik Terhadap Kinerja Pegawai (Studi Pada Pt Kereta Api Indonesia (Persero))	5
NCAB 7_047	Mohamad Sulton Peran Mediasi Makna Dalam Pekerjaan Dalam Hubungan Antara Kepemimpinan Transformasional Dan Keterlibatan Kerja, Turnover Intention	6
NCAB 7_033	Dita Prameswari Community Agreeableness dan Inter Organizational Knowledge Sharing untuk meningkatkan Business Sustainability	7

NCAB 7_032	Indah Rahayu Pengembangan Konsep Human Resource Management Based Gamification untuk Millennial Workforce	8
NCAB 7_058	Fajar Wihananto Pengaruh Budaya Inovasi dan Kecerdasan Spiritual Terhadap Kinerja SDM Pemerintah Kota Salatiga	9
NCAB 7_037	Jumiati Mereduksi Work familiy konflik Untuk Meningkatkan Job Satisfaction dengan person Job Fit Dengan variabel Mediasi	10
NCAB 7_015	Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Tidak Etis (Studi Empiris pada Perbankan di D.I Yogyakarta)	11
NCAB 7_013	Wulandari Dyah Pitaloka Learning organization Capacity : A Mediating Between Knowledge Management And Job Performance	12
NCAB 7_074	Fardi Rustam Pengelolaan Rumah Sakit Umum Daerah Menuju Green Hospital Di Kabupaten Halmahera Tengah	13
NCAB 7_048	Mellisa Claudia Organizational Commitment Differences In Job And Gender Diversity : Study At Textile And Garment Industry In Surakarta	14
NCAB 7_057	Dewi Kurniasih Pendekatan Lean Hospital Untuk Menganalisis Pelayanan Rawat Jalan Poliklinik Penyakit Dalam Di Rs Pku Muhammadiyah Gamping	15
NCAB 7_065	Ajeng Fatmi Kartini Amahoru Pengaruh Komunikasi Terapeutik Perawat Terhadap Kepercayaan Dan Kepuasan Pasien Rawat Inap Rsud Masohi Kabupaten Maluku Tengah	16
NCAB 7_066	Firda Mokodongan pengaruh work engagement pada perilaku caring perawat dengan burnout sebagai variabel intervening (studi pada perawat di rumah sakit umum daerah datoe binangkang lolak)	17
NCAB 7_041	Rani Arinasari Pengaruh Work Overload Dan Family Work Conflict Terhadap Job Embeddedness Dengan Quality of Work Life Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Sekretariat DPRD DIY)	18

NCAB 7_067	G. Kusumaningrum Optimasi Peningkatan Kinerja Karyawan Melalui Kepemimpinan Transformasional, Keadilan Prosedural dan Pelatihan Dengan Self-Efficacy Sebagai Variabel Mediasi Di RSUD M.Th. Djaman Kabupaten Sanggau Kalimantan Barat	19
NCAB 7_073	Gufa Bagus Pamungkas The Relationship of Job Satisfaction and Internal Locus of Control with Turnover Intention on Nurses at Charlie Hospital, Kendal	20
NCAB 7_031	Yuli Nurhasanah Talent Management For Career Success Of Millennial Workforce	21
NCAB 7_008	M. Azan Gaffarul N pengaruh persepsi dukungan organisasional dan lingkungan kerja terhadap kinerja dengan motivasi kerja sebagai variabel mediasi	22
NCAB 7_093	Syafrudin Aulia Azhar Analysis of Factors That Cause Stress in Dentists: Literature Review	23
NCAB 7_035	Adelia Ika Damayanti Peran Value Congruence dan Inter Organizational Knowledge Sharing untuk Memperkuat Relationship Quality pada Komunitas Bisnis	24
NCAB 7_017	Iko Risdiansah Pengaruh Leadership style, Training dan Role of Ambiguity terhadap Employee performance di Wilayah PERUMDA PD Pasar Jaya Kramat Djati Jakarta Timur	25
NCAB 7_079	Fawzi Rizki Pradana Upaya Meningkatkan Komitmen Afektif Karyawan Dinas Komunikasi Dan Informatika Kabupaten Kebumen Melalui 3 Model Of Justice (Distributive Justice, Procedural Justice, & Interaksional Justice)	26
NCAB 7_005	Aris Windarsih Pengaruh Sikap Positif Terhadap Peningkatan Kinerja : Study Kasus Pada Karyawan Kontrak	27
NCAB 7_091	Anisza Willy Dewanti Model Pencapaian Prestasi Kerja Melalui Human Capital Skill, Pengembangan Karier dan Soft Skill Training Dengan Pengawasan Sebagai Variabel Moderasi	28
NCAB 7_045	Puspo Hartanti Pengaruh Job Insecurity, Job Stress Dan Work Family Conflict Terhadap Turnover Intention, Perceived Organizational	29

NCAB 7_016	Support Sebagai Variabel Moderasi Muhammad Ilhamsyah Kepemimpinan Berdasarkan Kecerdasan Emosi Menurut Perspektif Karyawan Generasi Millenial	30
NCAB 7_100	Reni Herawati Pengaruh Kepemimpinan Transformasional Dan Kompetensi Profesional Terhadap Motivasi Kerja Serta Implikasinya Pada Kinerja Guru Smk Negeri Di Bekasi	31
NCAB 7_024	Erma Jen Christiana Pengaruh The Big Five Personality Terhadap Perilaku Cyberloafing Karyawan (Kasus Di C.V. Andi Offset Yogyakarta)	32
NCAB 7_052	Kristiana Marahastuti Pengaruh Reward Ekstrinsik Dan Intrinsik Terhadap Kinerja Dengan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Intervening Pada Karyawan Dinas Pertanian Dan Pangan Kabupaten Kebumen	33
NCAB 7_101	Erna Handayani Pengaruh Pengembangan Karier Dan Sertifikasi Auditor Terhadap Motivasi Kerja Serta Implikasinya Pada Kinerja Auditor Di Unit Unit Inspektorat Wilayah Kerja Sumatera Selatan	34
NCAB 7_107	Efa Wakhidatus Solikhah Pengaruh Budaya Organisasional Dan Leader Member Exchange Terhadap Intention To Leave Dimediasi Kepuasan Kerja Karyawan Perguruan Tinggi Muhammadiyah Di Yogyakarta	35
NCAB 7_042	Yusvian Erianto Peran Job Crafting Sebagai Variabel Mediasi Dalam Hubungan Kompleksitas Kerja Dan Well-Being Di Kalangan Birokrasi	36
NCAB 7_105	Raden Fatchul Hilal Analisis Peranan Lembaga Pendidikan Dan Pelatihan Dalam Mempersiapkan Sumber Daya Manusia Yang Berkualitas Pada Bidang Penerbangan Di Indonesia	37
NCAB 7_103	Budi Sumantri Mitigasi Bencana Gunung Merapi Dengan Memanfaatkan Komoditas Lahar Hujan	38
NCAB 7_104	Murniady Muchran Pengaruh Pelatihan Dan Motivasi Kerja Terhadap Pengembangan Karir Dan Implikasinya Terhadap Kinerja Pegawai Di Kantor Dinas Pekerjaan Umum Pengairan Provinsi Sumatera Selatan	39

NCAB 7_102	Beni Ahus Sulisty Pengaruh Kepemimpinan Dan Motivasi Kerja Terhadap Kompetensi Kerja Serta Implikasinya Pada Kinerja Pegawai Operasional Objek Wisata Taman Rekreasi Di Provinsi Sumatera Selatan	40
NCAB 7_083	Ismad Hanafi Kepemimpinan Transformasional dan Komitmen Afektif Sektor Publik: Peran Public Service Motivation sebagai Pemediasi	41
NCAB 7_108	Melati Ayu Widati Pengaruh Makna Kerja Dan Resiliensi Terhadap Intention To Leave Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Kerja	42
NCAB 7_109	Qurota A'yuni Pengaruh Green Intellectual Capital Terhadap Keunggulan Kompetitif Dengan Pemediasi Green Human Resource Management (Survey Pada Ukm Batik Warna Alam Di Paguyuban Kebon Indah)	43
NCAB 7_110	Juvin Setyarini Pengaruh Kecakapan Manajerial Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Kualitas Laba Yang Dimoderasi Oleh Keahlian Keuangan Komite Audit Dan Gender Pada Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia	44
NCAB 7_113	Mochammad Khoiruddin A Technology Acceptance Model (TAM): Penerimaan Teknologi Terhadap Mahasiswa dan Dosen Dalam Pembelajaran E-learning	45
NCAB 7_114	Ignasia Christyani Core Efek Moderasi Entrepreneurship education pada hubungan crati	46
PEMASARAN		
NCAB 7_010	Amal Ribhan Alhas SMEs Brand Promoting	47
NCAB 7_088	Anastasia Puspita Sari Inovasi Produk dan Orientasi Pasar dalam Menciptakan Keunggulan Kompetitif dan Performansi UMKM : Model Konseptual.	48
NCAB 7_63	Arisca Belliani Efektivitas Promosi Kesehatan dalam Mencegah Tuberkulosis Paru di Dinas Kesehatan Kabupaten Bangka	49
NCAB 7_43	Cahya Arda Kusuma Komunikasi Media Sosial, Online Review Youtube, Sikap Merek, dan Minat Beli Produk Fashion	50

NCAB 7_018	Desya Amalia Komunikasi Dan Perilaku Nasabah Asuransi Jiwa Di Bni Life Insurance Kantor Cabang Magelang	51
NCAB 7_086	Edy Bambang Wibowo Peran Kemudahan Layanan dan Ketepatan Waktu pada Sektor Perbankan	52
NCAB 7_012	Firdaus peningkatan marketing performance berbasis islamic differentiation advantage	53
NCAB 7_056	Fitra Hariadi Determinan Niat Perilaku Menggunakan Bandara Internasional (Studi Kasus Pada Bandara Internasional Soekarno Hatta)	54
NCAB 7_001	Harbyanto Junarta Pengaruh Heritage Image, Destination Image, Experiential Quality Dalam Mempengaruhi Behavioral Intentions Wisatawan di Pantai Kuta Mandalika Lombok	55
NCAB 7_38	Heri Sutanto Pengaruh Kualitas Layanan dan Customer Relationship Management terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah : Studi pada nasabah UMKM PD. BPR Bank Bantul	56
NCAB 7_007	Irba' Muhlas Sambodo Pengaruh Pemasaran Media Sosial Terhadap Minat Beli Produk Online dengan Manajemen Hubungan Pelanggan dan Ekuitas Merek sebagai Variabel Mediasi	57
NCAB 7_098	Adam Smeait Brand Image Dan E-Word Of Mouth, Terhadap E-Money Link Aja	58
NCAB 7_027	Erghana Kanza Kirana Pengaruh Brand Gender Terhadap Consumer Based Brand Equity: Consumer Engagement Sebagai Efek Mediasi Pada Konsumen Produk Skincare Merek The Ordinary Di Indonesia Melalui Instagram	59
NCAB 7_020	Kholida Hanum Pengaruh Kualitas Jasa, Perceived Price, Brand Image terhadap Niat Pembelian Ulang melalui Kepercayaan dan Kepuasan Konsumen pada Pesan Online Hotel Kapsul	60
NCAB 7_046	Khrisiana Yuni Saraswati Analisis pengaruh Service quality dan attractiveness alternative terhadap kepuasan nasabah BCA KCP Singosaren	61
NCAB 7_019	Marisa Yuni Kharisma E-Wom, Online Review Youtube Dan Minat Beli Produk Hijab	62

NCAB 7_006	Mhd. Amin Pengaruh Pemasaran Media Sosial Terhadap Loyalitas Merek dengan Mediasi Kesadaran Merek dan Kesadaran Nilai	63
NCAB 7_082	Nafidlotul Sarofah Perilaku Hidup Bersih dan Sehat dan Faktor Penentuannya dalam Keluarga di Desa Nomporejo Kabupaten Kulon Progo, Yogyakarta	64
NCAB 7_059	Nurfitriani Badaun Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan, Kepuasan Dan Loyalitas Pasien Rawat Inap Di Rumah Sakit Pku Muhammadiyah Gamping	65
NCAB 7_049	Raditya Ferdianto Analisis data attitude toward mobile shopping dengan teknologi blockchain	66
NCAB 7_029	Sabda Aji Kurniawan Mengapa Mereka Kembali? Studi Konseptual pada Pengunjung Festival	67
NCAB 7_064	Safitri Puji Rahayu pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepercayaan dan kepuasan pasien BPJS poliklinik penyakit dalam di rumah sakit umum Queen Latifa	68
NCAB 7_053	Sulthan Misbahul Ghifaari Why Millennials Hate Me ?	69
NCAB 7_040	Wira Hardinata aji Pengaruh Rasa Keterikatan Rumah Makan terhadap Kepuasan, Kepercayaan dan Perilaku Pengunjung	70
NCAB 7_021	Wisnu eko ariwibowo Pengaruh aktivitas pemasaran media sosial terhadap Kepercayaan Merek, Citra Merek, dan Loyalitas merek	71
NCAB 7_011	Valinda Caarolina De Quelyu Pengaruh Customer Satisfaction Dengan Variabel Mediasi Customer Comitment Pada Pengguna Aplikasi Gopay Di Yogyakarta (Study pada pengguna Gopay di Yogyakarta)	72
NCAB 7_028	Muhammad Syarif Hanafi Pengaruh E-Service Quality, E-Satisfaction dan E-Trust terhadap E-Loyalty dengan Customer Perceived Value sebagai Pemoderasi pada Situs Online Bukalapak	73
NCAB 7_087	Dola Fitritha Raras Handayani Pengaruh E-Service Quality, Kepercayaan Pelanggan, Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Shopee Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variable Mediasi	74

NCAB 7_068	Firdaus Indra Kusuma Blockchain Technology Implementation to Manage Customer Feedback	75
NCAB 7_084	Nanda Zanuar Irawan Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan, Kepercayaan, Dan Loyalitas Pada Nasabah Pengguna E- Banking Bca Yogyakarta	76
NCAB 7_089	Hanifah Azhar Windyadari Brand Ambassador: It Is Really Worth To Make Money?	77
NCAB 7_090	Ganigia Vikri Abdullah Djahur Saba Pengaruh experiential marketing gaya hidup elektronik dan ewom terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen	78
NCAB 7_096	Guntur Tri Wicaksono Restaurants Authenticity Perception, Brand Equity, And Consumer Respond: The Empirical Study On Local Restaurant In Yogyakarta	79
NCAB 7_092	Clara Uli Kumudani Peranan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Bca Solo	80
NCAB 7_009	Firdaus Satya Arrachman Brand Promoting Usaha Kecil dan Menengah: Konsentrasi Strategi	81
NCAB 7_071	Hendra Maulana Pramadha Pengaruh Persepsi Nilai Terhadap Kepuasan Dan Positive Word Of Mouth Dengan Pembelian Kembali Sebagai Mediasi	83
NCAB 7_030	Aisha Bintu Kargbo Customer Satisfaction and Willingness of Customers to adopt the Mobile Banking Service. A Study of Commercial Banks in Sierra Leone.	84
NCAB 7_112	Maghfira Rizky Maulani Pengetahuan Dan Religiusitas Pengaruhnya Terhadap Sikap Dan Dampaknya Terhadap Niat Beli Kosmetik Halal	85
NCAB 7_111	L. Jatmiko Jati Inovasi Layanan, Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Hubungannya Dengan Loyalitas Pelanggan Pt. Nasmoco Yogyakarta	86
NCAB 7_115	Ana Rimba Sari Relevansi T-CRM Dan H-CRM Pada Kualitas Hubungan Dan Perilaku Nasabah Di Industri Perbankan	87

OPERASIONAL

NCAB 7_062	Widia Febriana Peran Sistem Informasi Dalam Pengelolaan Supply Chain Management Dan Aplikasinya Di PT Narmada Awet Muda	88
NCAB 7_002	Muhammad Zulkfli INNOVATION as MEDIATION in IMPROVING BUSINESS PERFORMANCE with IT CAPABILITY	89
NCAB 7_044	Wulan Dari Strategi Inovasi Produk dan Lingkungan Dinamis Terhadap Peningkatan Kinerja Perusahaan pada UMKM di Kulon Progo	90
NCAB 7_106	Saptaningsih Sumarmi Pengaruh Pemanfaatan Teknologi Informasi, Inovasi terhadap Keunggulan Bersaing Batik Kayu dusun Kreet, Sendangsari, Kecamatan Pajangan, Kabupaten Bantul	91
NCAB 7_023	Tiara Ririana Rimastuty Dampak Kemampuan Dinamis terhadap Keberlanjutan Kinerja Bisnis pada UMKM di Kulon Progo	92
NCAB 7_094	Ahmad Faruq Lasulita, S.Ak Pengaruh Thin Capitalization, Financial Distress, Komisaris Independen, Kepemilikan Institusional dan Kualitas Audit terhadap Penghindaran Pajak	93
NCAB 7_076	Candy Alfian Hermawan Evaluasi Pengaruh Leverage Terhadap Profitabilitas Pt Kereta Api Indonesia (Persero) Sebelum Dan Setelah Kontrak Imo (Infrastructure Maintenance And Operation)	94
NCAB 7_060	Devy Aryani Peran Corporate Social Responsibility Dalam Meningkatkan Corporate Value Pada Perusahaan Badan Usaha Milik Negara	95
NCAB 7_003	Eva Agustiany P. Se Pengaruh Struktur Kepemilikan, Kebijakan Dividen, Perilaku Oportunistik Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Sektor Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia	96
NCAB 7_078	Fenti Noor Endah Kurniawati Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Whistleblowing Pada Karyawan Bank Syariah Di Daerah Istimewa Yogyakarta	97
NCAB 7_077	Indrawati Usuli Persepsi Auditor Internal Pemerintah Tentang Indikasi Fraud Dalam Proses Perencanaan Dan Penganggaran (Suatu Kerangka Konseptual Penelitian)	98
NCAB 7_081	Irma Devina Capital Structure And Firm Size Effect On Firm Value Moderated By Profitability. Case Study: PT Kereta Api	99

NCAB 7_072	Indonesia (Persero) 2014 – 2018 Libran Filani	100
NCAB 7_080	Implementasi Kepatuhan Syariah Di Koperasi Syariah Mitiana Batubara	
	Anteseden Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Profitabilitas Dengan Kepemilikan Institusional Dan Kebijakan Dividen Sebagai Variabel Moderating	101
NCAB 7_054	Novia Christi Wulandari	
	Model Penentu Rating Sukuk Berbasis Tata Kelola Perusahaan	102
NCAB 7_039	Samsu Anhari Faujianto	
	Pengaruh Keputusan Investasi, Keputusan Pendanaan, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan	103
NCAB 7_069	Sholikah	
	Model Peningkatan Nilai Perusahaan berbasis Mekanisme Good Corporate Governance, Working Capital Management, dan Kinerja Keuangan	104
NCAB 7_061	Sri Rohmah	
	Mekanisme Corporate Governance dalam Peningkatan Firm Value	105
NCAB 7_034	Panengah Trapsilaning Putri	
	Pendekatan Perilaku Small Enterprise Business Dalam Memanfaatkan Bank Syariah	106
NCAB 7_055	Amalia Dewi Ikawati	
	Model Penentu Dana Tabarru' dengan Tata Kelola Perusahaan pada Asuransi Umum Syariah di Indonesia	107
NCAB 7_070	Ayu Rakhmawati Kusumaningtyas	
	Peran Corporate Governance dalam Memoderasi Pengaruh Cash Holding Terhadap Firm Value	108
NCAB 7_022	Moh Khafid Afandi	
	Peran Asset Growth Dan Business Risk Dalam Memoderasi Hubungan Profitability Terhadap Capital Structure Pada Perusahaan Go Public Di BEI	109

SUMBER DAYA MANUSIA

NCAB 7_025

Pengaruh Persepsi Dukungan Organisasional dan Persepsi Dukungan Pengawasan Terhadap Perilaku Menyimpang Di Tempat Kerja (Studi di RS Bethesda Lempuyangwangi)

Jesika Laurenza¹, Heru Kristanto²

¹ Program Magister Manajemen, Fakultas Bisnis - Universitas Kristen Duta Wacana, Indonesia
E-mail: jesikalaurenza95@gmail.com

² Program Magister Manajemen, Fakultas Bisnis - Universitas Kristen Duta Wacana, Indonesia
E-mail: heru1405@gmail.com

Abstract— *this study aims to examine the effect of perceived organizational support and perceived supervisory support on deviant behavior in the workplace. The research approach used is empirical research, with the method of collecting data through surveys, using a Likert scale with an interval of assessment scores 1 - 5. The sample of this study was all employees of Bethesda Lempuyangwangi Hospital. The analytical method used to determine the effect between variables is linear regression analysis. The results of this study are to test the hypothesis: 1. The effect of perceived organizational support on deviant behavior in the workplace is negative and significant; 2. The influence of perceived supervisory support on deviant behavior in the workplace is negative and significant.*

Keywords— Perceived Organizational Support; Perceived Supervisory Support; Deviant Workplace Behavior.

Abstrak— Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh persepsi dukungan organisasi dan persepsi dukungan pengawasan terhadap perilaku menyimpang di tempat kerja. Pendekatan penelitian yang digunakan yaitu penelitian empiris, dengan metode pengumpulan data melalui survey, memakai skala Likert dengan interval penilaian skor 1 – 5. Sampel penelitian ini adalah seluruh karyawan RS Bethesda Lempuyangwangi. Metode analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh antar variabel adalah analisis regresi linier. Hasil penelitian ini untuk menguji hipotesis: 1. Pengaruh persepsi dukungan organisasional terhadap perilaku menyimpang di tempat kerja secara negatif dan signifikan; 2. Pengaruh persepsi dukungan pengawasan terhadap perilaku menyimpang di tempat kerja secara negatif dan signifikan.

Kata kunci— *Persepsi Dukungan Organisasional; Persepsi Dukungan Pengawasan; Perilaku Menyimpang di Tempat Kerja.*

NCAB 7_026

Avoid Leadership Pengaruhnya Terhadap Kinerja dan Organizational Citizenship Behavior (OCB)

Andi Hendrawan¹, Indriyani², Hari Sucahyowati³, Kristian Cahyandi⁴

^{1,2,3,4} Akademi Maritim Nusantara Cilacap, Indonesia

¹E-mail: andi_hendrawan@amn.ac.id

Abstract— *leadership in an organization is very important, because the progress and failure of an organization depends on its leaders. However, many types or characteristics of leaders who are not good, one of them is avoiding leadership, this will cause problems such as decreased performance, targets are not met, and work relationships are problematic. The purpose of this study is to examine the effect of avoid leadership on performance and OCB. The research was carried out with a cross-sectional approach by taking samples of several leaders in the Bantarsari district of Cilacap. The results show that avoid leadership is very influential on performance and organizational citizenship behavior (OCB) with a value of $P = 0.00$*

Keywords— Avoid leadership performance, organizational citizenship behavior (OCB)

Abstrak— Kepemimpinan dalam suatu organisasi sangat penting karena kemajuan dan kegagalan suatu organisasi tergantung pada pemimpinnya. Namun, banyak jenis atau karakteristik pemimpin yang tidak baik, salah satunya adalah menghindari kepemimpinan, ini akan menyebabkan masalah seperti penurunan kinerja, target tidak terpenuhi, dan hubungan kerja yang bermasalah. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh kepemimpinan menghindari pada kinerja dan OCB. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan cross-sectional dengan mengambil sampel beberapa pemimpin di Kabupaten Bantarsari, Cilacap. Hasil penelitian menunjukkan bahwa menghindari kepemimpinan sangat berpengaruh terhadap kinerja dan perilaku warga organisasi (OCB) dengan nilai $P = 0,00$.

Kata kunci— *Hindari kinerja kepemimpinan, perilaku warga organisasi (OCB)*

NCAB 7_004

Analisa Pengaruh *Counterproductive Work Behaviors*

Nurul Khafiana¹, Widiyanto²

^{1,2} Magister Manajemen Fakultas Ekonomi UNISSULA, Indonesia

¹ E-mail: Nkhafiana@gmail.com

Abstract— *Counterproductive Work Behavior (CWB) is a counterproductive work behavior that can endanger employee or company performance. CWB is actually not a new concept in HRM. Because CWB has long been the subject of academic research in organizational psychology. However, in general, previous research only focused on research on the situational antecedents (causes) of CWB. Though it is very necessary for organizations to know the situational and psychological causes of employees involved in CWB behavior. The Purpose of this Research The purpose of this study is to create a mindset regarding the antecedents (causes of the emergence) of CWB behavior or work behavior that is counterproductive by focusing on psychological factors by involving Job Insecurity and Negative Emotion as variables. Operational Definitions and Indicators for each of the above variables are discussed in this article. This research can be carried out for employees whose status is still permanent where Job Insecurity is high.*

Keywords— **Job Insecurity; Counterproductive Work Behavior; Negative Emotion, Job Satisfaction.**

Abstrak— Counterproductive Work Behavior (CWB) merupakan perilaku kerja yang kontraproduktif yang dapat membahayakan kinerja karyawan maupun perusahaan. CWB sebenarnya bukan konsep baru dalam MSDM. Sebab CWB telah lama menjadi subjek penelitian akademisi bidang psikologi organisasi. Meskipun demikian pada umumnya penelitian terdahulu hanya berfokus pada penelitian mengenai anteseden (penyebab) situasional CWB. Padahal sangat perlu bagi organisasi untuk mengetahui penyebab situasional maupun psikologis dari karyawan terlibat dalam perilaku CWB. Tujuan Penelitian ini Tujuan penelitian ini adalah untuk membuat kerangka pikir mengenai anteseden (penyebab timbulnya) perilaku CWB atau perilaku kerja yang kontraproduktif dengan berfokus pada faktor psikologis dengan melibatkan Job Insecurity dan Negative Emotion sebagai variabel. Definisi Operasional dan Indikator masing – masing variabel diatas dibahas dalam artikel ini. Penelitian ini dapat di lakukan di untuk karyawan yang statusnya masih non permanen dimana Job Insecurity tinggi.

Kata kunci— **Job Insecurity; Counterproductive Work Behavior; Negative Emotion, Job Satisfaction**

NCAB 7_036

Social Intelligence and Social Media Orientation as a Means to Improve SMEs Innovation Performance

Dima Roulina Simbolon¹, Nurhidayati²

^{1,2} Dept. of Management, Faculty of Economics, Universitas Islam Sultan Agung, Jl. Raya Kaligawe Km.4 (5011) Semarang, Indonesia

E-mail: dimasimbolon@std.unissula.ac.id

Abstract —the purpose of this study is to develop two main concepts that are believed to support the use of social media to support Innovation Performance in SMEs. The two concepts are Social Media Orientation and Social Intelligence. The research method used is a literature survey to define concepts and develop measurements. The results found that Social Media Orientation is a set of online tools that are open to public membership and which supports sharing ideas, creating and editing content, and building relationships through interaction and collaboration, which can be measured by looking at the benefits of social media brought by technology, namely companies use social media to build community, connect and communicate with stakeholders to improve company performance. Whereas Social Intelligence can be defined as a person's ability to understand the feelings and behavior of others by thinking to be able to interact correctly with others and act effectively in a variety of situations, which can be measured using five indicator items, namely the ability to express themselves in social interaction, the ability to read and understand various social situations, have knowledge of norms and rules, inter-company problem solving skills and social role playing skills. Social Intelligence will facilitate Social Media Orientation which will stimulate the emergence of new ideas because of the breadth of the network being reached. Thus, in the long run, it is expected to improve SMEs Innovation Performance.

Keywords — Social Intelligence, Social Media Orientation, Innovation Performance

Abstrak — Tujuan penelitian ini adalah mengembangkan dua konsep utama yang diyakini mendukung pemanfaatan sosial media untuk mendukung Innovation Performance pada UKM. Kedua konsep tersebut adalah Social Media Orientation dan Social Intelligence. Metode penelitian yang digunakan adalah survey literature untuk mendefinisikan konsep dan mengembangkan pengukuran. Hasil penelitian menemukan bahwa Social Media Orientation adalah seperangkat alat online yang terbuka untuk keanggotaan publik dan yang mendukung berbagi ide, menciptakan dan mengedit konten, dan membangun hubungan melalui interaksi dan kolaborasi, yang dapat diukur dengan melihat kemanfaatan sosial media yang dibawa oleh teknologi yaitu perusahaan menggunakan sosial media untuk membangun komunitas, berhubungan dan berkomunikasi dengan stakeholder untuk meningkatkan kinerja perusahaan. Sedangkan Social Intelligence dapat di definisikan sebagai kemampuan seseorang dalam memahami perasaan dan perilaku orang lain dengan cara berpikir untuk dapat berinteraksi secara benar dengan orang lain dan bertindak secara efektif dalam berbagai situasi, yang dapat diukur dengan menggunakan lima item indikator yaitu kemampuan untuk mengekspresikan diri dalam interaksi sosial, kemampuan untuk membaca dan memahami berbagai situasi sosial, memiliki pengetahuan tentang norma dan aturan, keterampilan pemecahan masalah antar perusahaan dan keterampilan bermain peran sosial. Social Intelligence akan memfasilitasi Social Media Orientation yang akan menstimuli munculnya ide-ide baru karena luasnya network yang dijangkau. Dengan demikian, pada jangka panjang, diharapkan akan meningkatkan Innvovation Performance UKM.

Kata Kunci — Social Intelligence, Social Media Orientation, Innovation Performance

NCAB 7_051

Peran Kepemimpinan Transformasional Dalam Memoderasi Pengaruh Konflik Terhadap Kinerja Pegawai (Studi Pada PT Kereta Api Indonesia (Persero))

Asep Taufik¹, Budhi Haryanto², Lilik Setiawan³

^{1,2,3} Universitas Sebelas Maret, Surakarta, Indonesia

¹ E-mail: taufik_kai52971@student.uns.ac.id

Abstract— *The purpose of this study is to explain the moderating role of transformational leadership in the effect of conflict on employee performance. Type of this study is an explanatory research with a quantitative approach. The population of this study is all employees of PT Kereta Api Indonesia (Persero), amounting to 28.248 employees. The sample in this study amounted to 100 employees taken non-randomly using convenience sampling techniques. Methods of data analysis using path analysis with Smart Partial Least Square statistical test equipment. The test results indicate that the conflict has a positive and significant effect on employee performance, the better the conflict, the higher the employee's performance. Transformational leadership has a positive and significant effect on employee performance, the better the leadership given, the higher the employee's performance. Transformational leadership is able to moderate the influence of conflict on employee performance, the better the leadership provided, the higher the influence of conflict on employee performance. This study discusses insignificant findings as well as research implications from aspects of practical theory and the importance of future studies. The limitations of this study are the variables that affect employee performance are limited to only conflict as independent variables and the transformational leadership moderation variable.*

Keywords— **Conflict, transformational leadership, employee performance**

Abstrak— Tujuan dari studi ini adalah untuk menjelaskan peran kepemimpinan transformasional dalam memoderasi pengaruh konflik terhadap kinerja pegawai. Jenis studi ini adalah explanatory research dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dari studi ini adalah seluruh pegawai PT Kereta Api Indonesia (Persero) yang berjumlah 28.248 pegawai. Sampel dalam studi ini berjumlah 100 pegawai diambil secara non random dengan teknik pengambilan convenience sampling. Metode Analisis data menggunakan path analysis dengan alat uji statistik Smart Partial Least Square. Hasil pengujian mengindikasikan bahwa konflik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai, semakin baik konflik maka semakin tinggi kinerja pegawai. Kepemimpinan transformasional berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai, semakin baik kepemimpinan yang diberikan maka semakin tinggi kinerja pegawai. Kepemimpinan transformasional mampu memoderasi pengaruh konflik terhadap kinerja pegawai, semakin baik kepemimpinan yang diberikan maka akan menaikkan pengaruh konflik terhadap kinerja pegawai. Studi ini mendiskusikan temuan yang tidak signifikan juga implikasi penelitian dari aspek teori praktis dan kepentingan studi kedepan. Limitasi dari studi ini adalah variabel yang mempengaruhi kinerja pegawai terbatas hanya pada variabel bebas konflik dan variabel moderasi kepemimpinan transformasional.

Kata kunci— **Konflik, kepemimpinan transformasional, kinerja pegawai**

NCAB 7_047

Peran Mediasi Makna Dalam Pekerjaan Dalam Hubungan Antara Kepemimpinan Transformasional Dan Keterlibatan Kerja, Turnover Intention

Mohamad Sulton¹, Joko Suyono²

^{1,2} Magister Manajemen, Universitas Sebelas Maret, Jl Ir. Sutami No. 36A, Pucangsawit, Surakarta, 57126, Indonesia.

¹ E-mail: d.sulton17@gmail.com

Abstract— This study aims to examine the meaning in work that might link between transformational leadership behavior and work involvement. Study the relationship between work involvement and turnover intentions. The design / methodology / approach of this research data includes 200 employees from the nurse health services sector. This research is a survey research that uses a questionnaire as a primary data collection tool. The sample in this study was determined by a non-probability sampling technique and the method used was stratified random sampling. Data analysis was performed with Partial Least Square (PLS). The finding of meaning in work was found to fully mediate the relationship between transformational leadership and work engagement. Also, work engagement is positively related and negatively correlated with turnover intentions. The practical implications report shows the importance of employees who are not involved in the work, causing overall organizational damage. In terms of implications for organizations, we present a model that can help reduce these losses by providing new insights and training programs that can improve transformational leadership behaviors in the workplace to reduce turnover intentions. Programs like this can help redesign work contexts to make work more meaningful. Based on this data, because nurses have an important role in health services, it is important to identify organizational factors that influence employee attitudes. This research contributes to the transformational leadership literature, the perception of meaning in work and work involvement, to reduce turnover intention.

Keywords— Transformational Leadership; Work Engagement; Meaning In Work; Turnover Intention.

Abstrak— Penelitian ini bertujuan untuk menguji makna dalam pekerjaan yang mungkin menghubungkan antara perilaku kepemimpinan transformasional dan keterlibatan kerja. mempelajari hubungan antara keterlibatan kerja dan niat berpindah. Desain / metodologi / pendekatan data penelitian ini mencakup 200 karyawan dari sektor layanan kesehatan perawat. Penelitian ini adalah penelitian survei yang menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data primer. Sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan teknik non-probability sampling dan metode yang digunakan adalah stratified random sampling. Analisis data dilakukan dengan Partial Least Square (PLS). Temuan makna dalam pekerjaan ditemukan untuk memediasi sepenuhnya hubungan antara kepemimpinan transformasional dan keterlibatan kerja. Juga, keterlibatan kerja berhubungan positif dan berkorelasi negatif dengan niat turnover. Laporan implikasi praktis menunjukkan pentingnya karyawan yang tidak terlibat dalam pekerjaan, menyebabkan kerusakan organisasi secara keseluruhan. Dalam hal implikasi bagi organisasi, kami menyajikan model yang dapat membantu mengurangi kerugian ini dengan memberikan wawasan baru dan program pelatihan yang dapat meningkatkan perilaku kepemimpinan transformasional di tempat kerja untuk mengurangi niat berpindah. Program seperti ini dapat membantu mendesain ulang konteks kerja untuk membuat pekerjaan lebih bermakna. Berdasarkan data ini, karena perawat memiliki peran penting dalam layanan kesehatan, penting untuk mengidentifikasi faktor-faktor organisasi yang mempengaruhi sikap karyawan. Penelitian ini berkontribusi pada literatur kepemimpinan transformasional, persepsi makna dalam pekerjaan dan keterlibatan kerja, untuk mengurangi niat berpindah.

Kata kunci— Kepemimpinan Transformasional, Keterlibatan Kerja, Makna Dalam Pekerjaan, Niat Berpindah

NCAB 7_033

Community Agreeableness dan Inter Organizational Knowledge Sharing untuk meningkatkan Business Sustainability

Dita Prameswari¹, Olivia Fachrunnisa²

^{1,2}Dept. of Management, Faculty of Economics, Universitas Islam Sultan Agung, Jl. Raya Kaligawe KM. 4
(50117) Semarang, Indonesia

Email: ditaprameswari55@gmail.com

Abstract - The business community is a group consisting of a number of people who have the same business values in each individual. They can interpret these values into business groups where they can interact with each other for the advancement of their business and specifically to sustain their business. The purpose of this research is to develop two main concepts that are believed will support the continuity of a business. The two concepts are Community Agreeableness and Inter Organizational Knowledge Sharing. This concept is derived from one of the big five personalities 'agreeableness' and 'knowledge sharing' applied in a business community. The research method used is literature survey to define concepts and develop measurements. The results found that Community Agreeableness is an ability to agree and be willing to be achieved in a business community that can be measured by the level of cooperation between companies, sympathy for other companies, mutual tolerance, and trust in the business community. Whereas Inter Organizational Knowledge Sharing can be defined as the willingness of companies to share the knowledge they have obtained from other companies in the same industry in which there are two aspects used, namely knowledge donating (sharing knowledge with other companies) and knowledge collecting (collecting knowledge from the other company). Community agreeableness will facilitate an organization to be willing to share and collect knowledge about its business activities with community members. Thus, in the long term it is expected to increase business sustainability.

Keywords: Community Agreeableness, Inter Organizational Knowledge Sharing, Business Sustainability

Abstrak- Komunitas bisnis merupakan sebuah kelompok yang terdiri dari sejumlah orang-orang yang memiliki kesamaan nilai-nilai bisnis pada setiap individu. Mereka dapat menginterpretasikan nilai-nilai tersebut kedalam kelompok bisnis dimana mereka dapat berinteraksi satu sama lain untuk kemajuan bisnisnya dan khususnya untuk bisnis yang berkelanjutan. Tujuan penelitian ini adalah mengembangkan dua konsep utama yang diyakini mendukung kelangsungan sebuah bisnis. Dua konsep tersebut yaitu Community Agreeableness dan Inter Organizational Knowledge Sharing. Konsep ini di turunkan dari salah satu big five personality 'agreeableness' dan 'knowledge sharing' yang diterapkan dalam sebuah komunitas bisnis. Metode penelitian yang digunakan adalah survey literature untuk mendefinisikan konsep dan mengembangkan pengukuran. Hasil penelitian menemukan bahwa Community Agreeableness adalah suatu kemampuan untuk bersepakat dan saling bersedia yang dicapai dalam suatu komunitas bisnis yang dapat diukur dari tingkat kerjasama antar perusahaan, rasa simpati kepada perusahaan lain, saling toleransi, dan kepercayaan dalam komunitas bisnis. Sedangkan Inter Organizational Knowledge Sharing dapat di definisikan sebagai kesediaan perusahaan untuk berbagi pengetahuan yang telah mereka peroleh dari perusahaan lain dalam industry yang sama dimana didalamnya terdapat dua aspek yang digunakan yaitu knowledge donating (berbagi pengetahuan kepada perusahaan lain) dan knowledge collecting (mengumpulkan pengetahuan dari perusahaan lain). Community agreeableness akan memudahkan sebuah organisasi untuk rela berbagi pengetahuan dan sebaliknya mengenai aktivitas bisnisnya terhadap anggota komunitas. Dengan demikian, pada jangka panjang diharapkan akan meningkatkan sustainabilitas bisnis.

Kata Kunci: Community Agreeableness, Inter Organizational Knowledge Sharing, Business Sustainability

NCAB 7_032

Pengembangan Konsep Human Resource Management Based Gamification untuk Millennial Workforce

Indah Rahayu¹, Olivia Fachrunnisa²

Dept. of Management, Faculty of Economics, Universitas Islam Sultan Agung, Jl. Raya Kaligawe Km 4 (5011) Semarang, Indonesia
E-mail: indahrahayu@std.unissula.ac.id

Abstract — Research on generational values in three workforces shows a shift in dominant work values in the millennial workforce. The millennial workforce is characterized by starting to enter the workforce in 2000 to the present with an age range of around 30 years. Their dominant work values are characterized by their self-confidence, financial success, independent but team-oriented, self-loyalty and relationships. An organization that will optimize the role of the millennial workforce needs to understand the characteristics of their work characteristics of their work values. In addition, organizations need to develop policy designs that are suitable for millennial employee work styles, one of which is to use the concept of gamification. Thus, the purpose of this research is to develop a concept related to HRM practices and policies with the gamification approach. The research method used is a literature survey to define concepts and develop measurements. The results of the study found that HRM based Gamification can be defined as the implementation of HR practices by making the practice more pleasant, relaxed and informal. The HR policy series is design on a game-based basis but in a non-game context. The types and characteristics of each HRM practice from HR planning to the completion of work relations are presented along with the next research agenda. Implementation of HRM based gamification is believed to increase job satisfaction and engagement of millennial workforce.

Keywords — HRM, Gamification, Millennial Workforce

Abstrak - Riset tentang generational values pada tiga angkatan kerja menunjukkan pergeseran dominant work values pada angkatan kerja milenial. Angkatan kerja milenial di cirikan dengan mulai memasuki dunia kerja pada tahun 2000 sampai saat ini dengan rentang umur sekitar 30 tahun, yang mana karakteristik dari mereka percaya diri, memiliki kesuksesan finansial, mandiri tetapi berorientasi pada tim, loyalitas terhadap diri sendiri dan hubungan. Sebuah organisasi yang akan mengoptimalkan peran angkatan kerja milenial perlu memahami karakteristik sifat-sifat kerja mereka. Selain itu, organisasi perlu menyusun desain kebijakan yang sesuai dengan millennial employee workstyle, dimana salah satunya adalah menggunakan konsep gamification. Sehingga, tujuan penelitian ini adalah untuk mengembangkan sebuah konsep terkait praktek dan kebijakan MSDM dengan pendekatan gamification. Metode penelitian yang digunakan adalah survey literature untuk mendefinisikan konsep dan mengembangkan pengukuran. Hasil penelitian menemukan bahwa HRM based Gamification dapat di definisikan sebagai implementasi praktik-praktik SDM dengan membuat praktik tersebut lebih terkesan menyenangkan, santai dan tidak formal rangkaian kebijakan SDM dilakukan dengan berbasis game tetapi dalam konteks non game. Adapun jenis dan karakteristik pada masing masing praktek HRM mulai dari perencanaan SDM sampai dengan penyelesaian hubungan kerja disajikan berikut agenda penelitian berikutnya. Implementasi HRM based gamification diyakini akan meningkatkan kepuasan kerja dan engagement para millennial workforce.

Kata Kunci — HRM, Gamification, Millennial Workforce

NCAB 7_058

Pengaruh Budaya Inovasi dan Kecerdasan Spiritual Terhadap Kinerja SDM Pemerintah Kota Salatiga

Fajar Wihananto, Widodo

^{1,2} Magister Manajemen, FE UNISSULA, Indonesia

Email: fwihananto@std.unissula.ac.id¹

Abstrak— Kontribusi sumber daya manusia dalam sebuah organisasi instansi tercermin dalam kinerjanya. Salah satu faktor yang perlu diperhatikan dalam upaya peningkatan kinerja organisasi adalah perbaikan kinerja individu maupun kelompok dalam organisasi tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis bagaimana cara meningkatkan kinerja sumber daya manusia aparatur front liner dan aparatur petugas lapangan instansi yang melayani pelayanan publik di Pemerintah Kota Salatiga melalui kecerdasan spiritual dan budaya inovasi sumber daya manusia di instansi pemerintahan kota Salatiga. Populasi dalam penelitian ini adalah sumber daya manusia di kantor pemerintahan kota Salatiga. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling. Analisis data pada penelitian ini menggunakan PLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kecerdasan spiritual dan budaya inovasi berpengaruh positif dan signifikan kinerja sumber daya manusia.

Kata Kunci: Kecerdasan Spiritual, Budaya Inovasi, Kinerja SDM, PLS

NCAB 7_037

Mereduksi Work Family Conflict Untuk Meningkatkan Job Satisfaction dengan Person Job Fit dengan Variabel Mediasi

Jumiati¹, Marno Nugroho²

^{1,2} Magister Manajemen FE UNISSULA, Indonesia

¹Email: jumiatiimm@std.unissula.ac.id

Abstrak— Fenomena wanita bekerja menjadi sebuah issue yang menarik untuk di teliti. Konflik kerja keluarga (WFC) dan konflik keluarga pekerjaan (FWC) merupakan konsep yang dipelajari dalam penelitian keperilakuan terkait dengan ketidak mampuan karyawan wanita dalam menyeimbangkan dua perannya (double role) yaitu sebagai karyawan dan sebagai ibu rumah tangga. Penelitian ini bertujuan membangun sebuah model penelitian atau kerangka pikir terkait dengan konflik keluarga pekerjaan (WFC) dan konflik keluarga pekerja (FWC) dengan kepuasan kerja yang di alami Wanita bekerja. Selama ini penelitian Konflik kerja keluarga (WFC) dan konflik keluarga pekerjaan (FWC) yang mengkaitkan dengan peran Person-Job Fit belum banyak di teliti. Berdasarkan dari kajian pustaka, konflik kerja – keluarga dan konflik keluarga-kerja memiliki dampak negative dengan kemunculan stress kerja dan akhirnya akan mempengaruhi kualitas kepuasan kerja wanita bekerja. Person-Job Fit menggambarkan kecocokan individu dengan karakter pekerjaan. Dalam hal ini di harapkan dampak negative Konflik kerja keluarga (WFC) dan konflik keluarga pekerjaan (FWC) terhadap kepuasan kerja bias di minimalkan dengan melalui peningkatan kepuasan kerja karyawan wanita tersebut. Konsep ini sesuai dilakukan di setting penelitian perusahaan yang banyak mempekerjakan pegawai wanita. Model penelitian atau kerangka berpikir lebih lanjut dibahas pada pembahasan.

Keyword: Konflik kerja-keluarga (WFC), Konflik keluarga-kerja (FWC), Kepuasan Kerja, Wanita bekerja, Peran ganda

NCAB 7_015

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Tidak Etis (Studi Empiris Pada Perbankan Di D.I Yogyakarta)

Analisa¹, Hadri Kusuma²

¹*Akuntansi, Universitas Islam Indonesia, Caturtunggal, Sleman, 55281, Indonesia*

Email: lisaa1683@gmail.com

²*Universitas Islam Indonesia, Caturtunggal, Sleman, 55281, Indonesia*

Email: hkusuma@uii.ac.id

Abstrak—Fenomena perilaku tidak etis yang dilakukan oleh karyawan di industri perbankan masih sering terjadi. Oleh karena itu, Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh stres, narsis, *arrogant*, dan serakah terhadap perilaku tidak etis, pengaruh *arrogant* terhadap lingkungan kerja dan pengaruh *arrogant* terhadap perilaku tidak etis dengan lingkungan kerja sebagai variabel mediasi pada perbankan di D.I Yogyakarta. Sampel penelitian yang diambil sebanyak 97 responden dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *convenience sampling*. Metode analisis data menggunakan model *Structural Equating Modeling* (SEM) melalui program SmartPLS versi 3.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa stres, narsis dan serakah berpengaruh signifikan terhadap perilaku tidak etis. *Arrogant* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku tidak etis dan terdapat pengaruh signifikan antara *arrogant* terhadap perilaku tidak etis dengan lingkungan kerja sebagai variabel mediasi.

Kata Kunci: Stres, Narsis, *Arrogant*, Serakah, Lingkungan Kerja, Perilaku Tidak Etis

NCAB_013

Learning organization Capacity: A Mediating between Knowledge Management and Job Performance

Wulandari Dyah Pitaloka¹, Tatiek Nurhayati²

¹*Magister Manajemen, Universitas Islam Sultan Agung, Semarang, 50112, Indonesia*

Email: wdyahpitaloka@std.unissula.ac.id

²*Universitas Islam Sultan Agung, Semarang, 50112, Indonesia*

Email: tatiekn.h@gmail.com

Abstract— In the digital age knowledge becomes the main asset to win the competition. However, management of knowledge is less than optimal make not reach the targets set by the company management. This indicates that the performance of HR in utilize Management Knowledge is still no optimal. The purpose of this research to test and analyze the effect of Tacit knowledge and Explicit knowledge on the Job Performance through Learning Organization Capacity. The population in this study is Building Material Manufacturing Companies in Central Java with a sample used in this study was 100 respondents. The sampling technique used in this study was purposive sampling. Data analysis techniques in this study used PLS. The results of this study indicate that Tacit Knowledge and Explicit Knowledge has a positive effect on Learning Organization Capacity. The results also indicate that Knowledge Management and Learning Organization Capacity had a positive effect on Job Performance.

Keywords— Tacit Knowledge, Explicit Knowledge, Knowledge Management, Job Performance, Learning Organization Capacity.

Abstrak— Di era digital pengetahuan menjadi asset utama untuk memenangkan persaingan. Namun demikian pengelolaan pengetahuan yang kurang optimal menjadikan tidak tercapainya target yang telah ditetapkan oleh pihak manajemen perusahaan. Hal ini mengindikasikan bahwa kinerja SDM dalam memanfaatkan Knowledge Management masih kurang maksimal. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh Tacit Knowledge dan Explicit Knowledge terhadap Job Performance melalui Learning Organization Capacity. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur bahan bangunan di Jawa Tengah, dengan jumlah sampel sebesar 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling. Analisis data pada penelitian ini menggunakan PLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Tacit Knowledge and Explicit Knowledge berpengaruh positif terhadap Learning Organization Capacity. Hasil penelitian juga menunjukkan Knowledge Management dan Learning Organization Capacity berpengaruh positif terhadap Job Performance.

Kata kunci— Tacit Knowledge, Explicit Knowledge, Knowledge Management, Job performance, Learning Organization Capacity.

NCAB_030

Pengelolaan Rumah Sakit Umum Daerah Menuju *Green Hospital* Di Kabupaten Halmahera Tengah

Fardi Rustam¹, Ika Nurul Qamari², Nuryakin³
^{1,2,3}Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
E-mail : fardirustam4@gmail.com

Abstrac-Lately many businesses have been concerned about activities that pay attention to the environment as well as hospitals, so that the concept of green hospital, is now the attention of many writers. An environmentally friendly hospital is a hospital that continuously supports public health by reducing environmental impacts that can eliminate its contribution to the burden of disease. This paper aims to identify the steps of managing a regional public hospital towards a green hospital by using the concept of POAC (planning, organizing, leading, and controlling) management functions. This research is conducted using a qualitative research approach that is evaluating reviews and identifying a problem using theoretical explanations and interpretations as well as readiness, which must be built based on general data in observation through an interview that must be analyzed.

Keywords: Green Hospital, Management, Management Function (POAC)

Abstrak-Akhir-akhir ini banyak bisnis mempunyai kepedulian pada aktivitas yang memperhatikan lingkungan demikian juga rumah sakit, sehingga konsep *green hospital*, sekarang ini menjadi perhatian banyak penulis. Rumah sakit ramah lingkungan merupakan rumah sakit yang secara berkesinambungan mendukung kesehatan masyarakat dengan mengurangi dampak lingkungan yang dapat mengeliminasi kontribusinya terhadap beban penyakit. Paper ini bertujuan untuk mengidentifikasi langkah-langkah pengelolaan rumah sakit umum daerah menuju *green hospital* dengan menggunakan konsep fungsi manajemen POAC (*planning, organizing, leading, dan controlling*). Penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan pendekatan penelitian kualitatif yaitu tinjauan evaluasi dan mengidentifikasi sebuah masalah menggunakan penjelasan teori dan interpretasi serta kesiapan, yang harus dibangun berdasarkan data umum dalam observasi melalui sebuah wawancara yang harus dianalisis.

Kata Kunci : *Green Hospital*, Pengelolaan, Fungsi Manajemen (POAC)

NCAB 7_048

Organizational Commitment Differences In Job And Gender Diversity: Study At Textile And Garment Industry In Surakarta

Mellisa Claudia¹, Hidajat Hendarsjah²

^{1,2}Magister Manajemen, Universitas Sebelas Maret Surakarta, Jl. Ir. Sutami No.36 A, Pucangsawit, Kec. Jebres, Kota Surakarta, Jawa Tengah 57126, Indonesia

¹Email: mellisaclaudia77@student.uns.ac.id

Abstract— In this research, the issue was about the organizational commitment differences in the textile and garment industry in Surakarta. This industry was chosen because from year to year, the industry is growing and is undeniable in this labor-intensive company, employees are one important element for the company. To retain these employees, the human resources department need a good understanding of the organizational commitment that employees hold so they can retain their employees and develop their company performance with the right strategy. Because there are various types of work carried out and also in the type of work consists of variant gender, so for better understanding about the organizational commitment of employees in the textile and garment industry it needs to be seen from several aspects, through gender both women and men and also the type of work both of white-collar and blue-collar jobs. So that in this study with two-way ANOVA will be known how the differences in organizational commitment in white-collar occupational group and blue-collar occupational group and also both female and male employees.

Key words: *Organizational Commitment, Occupational Group, and Gender*

Abstrak— Dalam penelitian ini isu yang diangkat adalah mengenai perbedaan komitmen organisasional pada industri tekstil dan garmen di Surakarta. Industri ini dipilih karena dari tahun ke tahun, industri ini semakin berkembang dan tidak dipungkiri dalam perusahaan yang padat karya ini, karyawan merupakan salah satu elemen penting bagi perusahaan tersebut. Dalam upaya untuk mempertahankan karyawan tersebut perlu pemahaman yang baik mengenai komitmen organisasional yang karyawan pegang sehingga dapat mempertahankan karyawannya dan mengembangkan kinerja perusahaannya dengan strategi yang tepat. Dikarenakan terdapat beragam jenis pekerjaan yang dilakukan dan juga dalam jenis pekerjaan tersebut terdiri dari variasi gender yang berbeda maka dalam memahami komitmen organisasional karyawan di industri tekstil dan garmen ini perlu dilihat dari beberapa aspek yaitu melalui gender baik perempuan maupun laki-laki dan juga jenis pekerjaannya baik jenis pekerjaan kerah putih dan kerah biru. Sehingga dalam penelitian ini dengan ANOVA dua arah akan dapat diketahui bagaimanakah perbedaan komitmen organisasional dalam jenis pekerjaan kerah putih dan kerah biru serta baik karyawan perempuan maupun laki-laki.

Kata Kunci: *Komitmen Organisasional, Gender, dan Jenis Pekerjaan*

NCAB 7_057

Pendekatan Lean Hospital Untuk Menganalisis Pelayanan Rawat Jalan Poliklinik Penyakit Dalam Di Rs Pku Muhammadiyah Gamping

Dewi Kuniasih¹, Firman Pribadi², Nuryakin³

^{1,2,3}Program Studi Magister Manajemen, Pascasarjana, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
¹nias.kursi@gmail.com, ²pribadi.firman@gmail.com, ³nuryakin@umy.ac.id

Abstrak— Permasalahan yang umum terjadi dalam pelayanan rawat jalan di rumah sakit adalah lamanya waktu tunggu, proses administrasi, ketersediaan informasi, dan yang lainnya. Salah satu pendekatan perbaikan kualitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah lean hospital dengan tujuan untuk mencapai efektivitas dan efisiensi penggunaan waktu, tenaga kerja, ruang, dan sumber daya lainnya. Berdasarkan kajian teoritis, implementasi lean menunjukkan hasil pengurangan waktu tunggu, waktu konsultasi, dan jarak tempuh perawat. Hal ini berhasil meningkatkan kepuasan pasien dan laba rumah sakit. Artikel ini bertujuan untuk menganalisa hal yang menjadi waste, gambaran value stream mapping, dan usulan perbaikan menggunakan pendekatan lean hospital pada pelayanan rawat jalan poliklinik penyakit dalam RS PKU Muhammadiyah Gamping. Secara khusus, penelitian ini akan mendalami tentang value added, non value added, cycle time, takt time, lead time, waiting time, bottleneck dan akar penyebab dari terjadinya bottleneck. Sumber data penelitian diperoleh melalui wawancara dengan stakeholder terkait, observasi pelayanan mulai dari pasien datang sampai pulang, dan dokumentasi atau telaah dokumen. Teknik sampling yang digunakan adalah snowball sampling yaitu teknik sampling dengan pemilihan informan yang dipertimbangkan dapat memberikan informasi atau data yang diperlukan, dan apabila orang tersebut belum bisa memenuhi informasi yang dibutuhkan maka akan dicari orang berikutnya sampai semua informasi terkumpul.

Kata kunci— rawat jalan, lean hospital, waste, value added, non value added, VSM

NCAB 7_065

Pengaruh Komunikasi Terapeutik Perawat Terhadap Kepercayaan dan Kepuasan Pasien Rawat Inap RSUD Masohi Kabupaten Maluku Tengah

Ajeng Fatmi Katini Amahoru¹, Susanto², Nuryakin³

^{1,2,3}Program Studi Magister Manajemen, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta,
Jalan Brawijaya, Yogyakarta, 55183, Indonesia
E-mail: Ajengfatmikartiniamahoru@gmail.com

Abstrack--Therapeutic communication is intrapersonal communication between nurses and health professionals with patients planned and carried out aimed at healing patients, good therapeutic communication makes nurses more easily establish relationships, give and receive mutual trust between nurses and patients, and more effective in providing satisfaction professional treatment of patients in nursing care. Lack of public trust in the quality of health services in hospitals can have a negative impact on therapeutic communication. This study aims to determine the effect of nurses' therapeutic communication on patient confidence and satisfaction in hospitals. -sectional studies, using the Nonprobability sampling technique with a total population of all grade 3 hospitalized patients in RSUD Masohi and a sample of 102 patients. The instrument of this study uses Koesio ner analysis of research data using the Structural Equation Modeling (SEM) method.

Keywords; therapeutic communication, trust. patient satisfaction

Abstrakc--Komunikasi terapeutik adalah komunikasi intrapersonal antara perawat dan tenaga kesehatan dengan pasien yang direncanakan dan dilakukan bertujuan untuk penyembuhan pasien, Komunikasi terapeutik yang baik membuat perawat akan lebih mudah menjalin hubungan, memberi dan menerima rasa saling percaya antara perawat dengan pasien, dan lebih efektif dalam memberikan kepuasan profesional terhadap pasien dalam asuhan keperawatan, Kurangnya Kepercayaan masyarakat terhadap kualitas pelayanan kesehatan di rumah sakit dapat menimbulkan dampak negatif dari komunikasi terapeutik penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh komunikasi terapeutik perawat terhadap kepercayaan dan kepuasan pasien di rumah sakit metode penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan cross-sectional studies, menggunakan Teknik Nonprobability sampling dengan jumlah populasi seluruh pasien kelas 3 rawat inap di RSUD masohi dan sampel berjumlah 102 pasien. instrumen penelitian ini menggunakan koesioner analisis data penelitian ini menggunakan metode Structural Equation Modeling (SEM)

Kata kunci; komunikasi terapeutik, kepercayaan pasien. kepuasan pasien

NCAB 7_066

Pengaruh *Work Engagement* Pada Perilaku *Caring* Perawat Dengan *Burnout* Sebagai Variabel *Intervening* (Studi pada Perawat di Rumah Sakit Umum Daerah Datoe Binangkang Lolak)

Firda Mokodongan¹, Heru Kurnianto Tjahjono², Nuryakin³

^{1,2,3}Program Studi Magister Manajemen, Program Pascasarjana,
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

¹Firdamokodongan98@gmail.com, ²herukurnianto@umy.ac.id, ³nuryakin@umy.ac.id

Abstract— Nurse caring behavior is the core of nursing where nurses must be respectful and responsive to patient preferences, values and needs. Caring behavior is influenced by several factors including workload, lack of time, and burnout. A nurse with a high tendency to burnout will experience a loss of motivation, boredom and affect work professionalism, especially towards caring behavior of nurses to patients. This study aims to analyze the effect of work engagement on nurses caring behavior with burnout as an intervening variable. This research method uses quantitative with cross sectional approach. The number of samples in this study amounted to 110 nurses. The sampling technique used in this study used purposive sampling. The research instrument used was a questionnaire. The analysis used is the structural Equating Model (SEM).

Keywords—Work engagement, nurse caring behavior, burnout.

Abstrak— Perilaku caring perawat merupakan inti dari keperawatan dimana perawat harus bersikap hormat dan responsif terhadap preferensi, nilai dan kebutuhan pasien. Perilaku caring dipengaruhi beberapa faktor diantaranya beban kerja, kekurangan waktu, dan burnout. Seorang perawat dengan kecenderungan burnout yang tinggi akan mengalami kehilangan motivasi, kejenuhan dan mempengaruhi profesionalisme kerja terutama terhadap perilaku caring perawat kepada pasien. penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh work engagement pada perilaku caring perawat dengan burnout sebagai variabel intervening. Metode penelitian ini menggunakan kuantitatif dengan pendekatan cross sectional. Jumlah sampel pada penelitian ini berjumlah 110 perawat. Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini menggunakan purposive sampling. Instrument penelitian yang digunakan adalah kuesioner. Analisis yang digunakan adalah structural Equating Model (SEM).

Kata kunci— Work engagement, perilaku caring perawat, burnout.

NCAB 7_041

Pengaruh *Work Overload* Dan *Family Work Conflict* Terhadap *Job Embeddedness* Dengan *Quality of Work Life* Sebagai Variabel Intervening (*Studi Pada Sekretariat DPRD DIY*)

Rani Arinasari¹, Arif Hartono²

^{1,2}Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, 55283 Indonesia

¹E-mail: raniarinasari31@gmail.com

Abstrak— Terikatnya seorang pekerja dengan pekerjaan atau instansinya seringkali memunculkan ketidaknyamanan atau sebaliknya yang menyebabkan seorang pekerja dihadapkan pada pilihan untuk tetap bekerja pada instansi saat ini atau meninggalkan instansi tersebut untuk mencari pekerjaan lain. Hal ini tidak hanya berlaku untuk pegawai swasta, namun pegawai negeri juga dihadapkan pada persoalan yang sama, hanya saja pegawai negeri diharuskan mengikuti aturan Pemerintah baik pusat maupun daerah yang seringkali berubah-ubah. Keterikatan seorang pekerja dengan pekerjaannya ini disebut dengan *Job Embeddedness*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menemukan bukti empiris mengenai pengaruh *Work Overload* (WO) dan *Family Work Conflict* (FWC) terhadap *Job Embeddedness* (JE) dengan *Quality of Work Life* (QWL) sebagai variabel *intervening*. Penelitian ini merupakan penelitian dengan metode studi kasus yang dilakukan di instansi Pemerintah Sekretariat DPRD Provinsi DIY. Populasi penelitian merupakan Pegawai Negeri Sipil di instansi tersebut sebanyak 66 pegawai yang kemudian seluruhnya dijadikan sampel sehingga data yang diperoleh ialah data sensus. Instrumen pengambilan data menggunakan kuisioner dan dokumen atau literatur yang relevan untuk mendukung analisis dalam penelitian ini. Metode analisis data yang digunakan ialah metode analisis jalur (*path analysis*). Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan negatif antara WO dan FWC terhadap QWL dan JE, sedangkan QWL berpengaruh positif terhadap JE. QWL mampu memediasi hubungan antara WO dan FWC dengan JE. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat baik untuk kalangan akademisi, instansi/perusahaan maupun individu.

Kata kunci— *Work Overload; Family Work Conflict; Quality of Work Life; Job Embeddedness*.

Abstract— *The bonding of a worker to his job or institution often creates inconvenience or vice versa which causes a worker to be faced with the choice to continue working for the current agency or leave the agency to look for another job. This does not only apply to private employees, but civil servants are also faced with the same problem, it's just that civil servants are required to follow the rules of the Government both central and regional that are often changing. An employee's attachment to his work is called Job Embeddedness. The purpose of this study is to find empirical evidence about the effect of Work Overload (WO) and Family Work Conflict (FWC) on Job Embeddedness (JE) with Quality of Work Life (QWL) as an intervening variable. This research is a case study method conducted at the Government agencies of the Yogyakarta Provincial DPRD Secretariat. The study population was 66 Civil Servants at the agency as many as 66 employees who were then sampled so that the data obtained was census data. Data collection instruments used questionnaires and documents or relevant literature to support the analysis in this study. Data analysis method used is the path analysis method. The results showed a negative relationship between WO and FWC on QWL and JE, while QWL had a positive effect on JE. QWL is able to mediate the relationship between WO and FWC with JE. This research is expected to be useful both for academics, agencies / companies and individuals.*

Keywords— *Work Overload; Family Work Conflict; Quality of Work Life; Job Embeddedness*.

NCAB 7_067

Optimasi Peningkatan Kinerja Karyawan Melalui Kepemimpinan Transformasional, Keadilan Prosedural dan Pelatihan dengan *Self-Efficacy* Sebagai Variabel Mediasi Di RSUD M.Th. Djaman Kabupaten Sanggau Kalimantan Barat

G.Kusumaningrum¹, Siswoyo Haryono², Rr.Sri Handari W³

Program Studi Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Jalan Brawijaya,
Yogyakarta 55183, Indonesia

E-mail : ¹myroem@gmail.com,

Program Studi Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Jalan Brawijaya,
Yogyakarta 55183, Indonesia

E-mail ; ²profsiswoyo@umy.ac.id,

Program Studi Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Jalan Brawijaya,
Yogyakarta 55183, Indonesia

E-mail : ³ndari_moehdam@yahoo.com

Abstrak—Kinerja karyawan yang tinggi akan mempengaruhi keunggulan rumah sakit untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat dalam sektor pelayanan publik. Kepemimpinan transformasional, keadilan prosedural dan pelatihan dirasakan sangat penting dimiliki oleh karyawan khususnya di rumah sakit. Hal ini berkaitan dengan tindakan atau resiko pekerjaan tenaga medis yang melayani konsumen dalam keadaan sakit ataupun dengan tekanan psikologis yang tidak biasa. Penelitian ini akan mendalami upaya peningkatan kinerja karyawan melalui konstruk kepemimpinan transformasional, keadilan prosedural, dan pelatihan dengan *self-efficacy* sebagai variabel mediasi. Kebaharuan dalam penelitian empiris ini adalah dengan menggunakan tiga (3) variable konstuk tersebut secara bersamaan yang dimediasi oleh *self-efficacy* untuk meningkatkan kinerja karyawan. Lokasi penelitian ini dilakukan di RSUD M.Th. Djaman Kabupaten Sanggau Kalimantan Barat. Populasi penelitian adalah karyawan RSUD M.Th. Djaman yang berstatus Aparatur Sipil Negara (ASN) dengan jumlah sampel sebanyak 115 orang. Teknik analisis data menggunakan SEM dengan tools IBM SPSS dan AMOS 24.0.

Kata Kunci: *Kepemimpinan Transformasional, Keadilan Prosedural, Pelatihan, Self -Efficacy, Kinerja Karyawan*

NCAB 7_073

The Relationship of Job Satisfaction and Internal Locus of Control with Turnover Intention on Nurses at Charlie Hospital, Kendal

Gufa Bagus Pamungkas¹, Heru Sulisty²

¹*Faculty of Economics, Sultan Agung Islamic University, Jalan Raya Kaligawe KM 4, Semarang, 50112, Indonesia*

E-mail: bagusgufa@gmail.com

²*Faculty of Economics, Sultan Agung Islamic University, Jalan Raya Kaligawe KM 4, Semarang, 50112, Indonesia*

E-mail: heru@unissula.ac.id

Abstract— Nurse turnover rates in hospitals have always been ranked first in the last few decades, previous studies have considered job satisfaction and internal locus of control can reduce turnover intention. Job satisfaction is a psychological condition of workers towards a job in the form of both happy and unhappy feelings, while the internal locus of control is one's trust in himself as the controller of his destiny. This study aims to describe and test the relationship between job satisfaction and internal locus of control for turnover intention to nurses at Charlie Hospital, Kendal. This research is a descriptive quantitative study, and data collection is done by using a questionnaire with purposive sampling technique. Subjects in this study were nurses at Charlie Hospital, amounting to 35 nurses. Analysis of the data used in this study is to use regression analysis. The results of the descriptive analysis obtained data that the level of nurse job satisfaction is classified as satisfied, tends to have an internal locus of control and the level of nurse turnover intention is high and from the results of the regression analysis found that a significance value of 0.822 for job satisfaction, and 0.765 for internal locus of control which means that there is no relationship between job satisfaction and internal locus of control on turnover intention in nurses at charlie hospital.

Keywords—*Job Satisfaction; Internal Locus of Control; Turnover Intention.*

Abstrak— *Tingkat turnover perawat di rumah sakit selalu menduduki peringkat pertama dalam beberapa dekade terakhir, studi terdahulu menganggap kepuasan kerja dan locus of control internal dapat menurunkan angka turnover intention. Kepuasan kerja merupakan kondisi psikologis pekerja terhadap suatu pekerjaan baik berupa perasaan senang maupun tidak senang, sedangkan locus of control internal yaitu kepercayaan seseorang kepada dirinya sendiri sebagai pengendali nasibnya, Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menguji hubungan kepuasan kerja dan locus of control internal terhadap turnover intention pada perawat di Rumah Sakit Charlie Hospital, Kendal. Penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif, serta pengambilan data dilakukan dengan menggunakan kuisioner dengan teknik purposive sampling. Subjek pada penelitian merupakan perawat Rumah Sakit Charlie Hospital yang berjumlah 35 perawat. Analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu menggunakan analisis regresi. Hasil dari analisis deskriptif diperoleh data bahwa tingkat kepuasan kerja perawat tergolong puas, dan cenderung memiliki locus of control internal serta tingkat turnover intention perawat tergolong tinggi dan dari hasil analisis regresi didapatkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0.822 untuk kepuasan kerja, serta 0.765 untuk locus of control internal yang berarti bahwa tidak terdapat hubungan antara kepuasan kerja dan locus of control internal terhadap turnover intention pada perawat di Rumah Sakit Charlie Hospital.*

Kata kunci—*Kepuasan Kerja; Locus of Control Internal; Turnover Intention.*

NCAB 7_031
**Talent Management for Career Success of Millennial
Workforce**

Yuli Nurhasanah¹, Olivia Fachrunnisa²

Postgraduate Student at Dept. of Management, Faculty of Economics, Universitas Islam Sultan Agung
Email: yulinurhasanah@std.unissula.ac.id

Dept. of Management, Faculty of Economics, Universitas Islam Sultan Agung
Email: olivia.fachrunnisa@unissula.ac.id

Abstract - Millennial workforce is a generation that was born in 1995 until now and is currently in its 30s. They have dominant work values such as, confidence in financial success, independent but team oriented, and has loyalty both for themselves and relationships. Their existence in an organization provides a competitive advantage because the work values they believe are different from previous generations. One of the things that must be prepared for an organization is career management and talent development design. This article aims to propose a concept of career planning and talent development for millennial workforce in an organization. The research method used is a literature survey to define concepts and develop determinants of career success. The results found that career management for millennial workforce begins with the mapping of ideas, talents and souls; making future successful career plans for potential employees; soft skill development; utilize social media technology for learning and training. The pattern of career development proposed in this study is expected to increase their career success. In addition, the application of this concept is expected to increase work commitment and loyalty.

Keyword: Generational Values, Career Expectation, Talent Management, Training and Development

Abstrak - Millennial workforce adalah generasi yang lahir pada tahun 1995 hingga sekarang dan saat ini berusia hingga 30 tahun-an. Mereka memiliki dominan work values seperti, percaya diri dalam kesuksesan finansial, mandiri namun berorientasi pada tim, serta memiliki loyalitas baik untuk diri sendiri maupun hubungan. Keberadaan mereka disebuah organisasi memberikan sebuah keunggulan kompetitif karena work values yang mereka yakini berbeda dengan generasi sebelumnya. Salah satu hal yang harus dipersiapkan bagi oleh sebuah organisasi adalah pengelolaan karir dan desain pengembangan bakat. Artikel ini bertujuan untuk mengusulkan sebuah konsep perencanaan karir dan pengembangan bakat bagi millennial workforce di sebuah organisasi. Metode penelitian yang digunakan adalah survey literature untuk mendefinisikan konsep dan mengembangkan dimensi-dimensi penentu sukses karir. Hasil penelitian menemukan bahwa pengelolaan karir untuk millennial workforce diawali dengan pemetaan ide, talenta dan jiwa; membuat rencana karir sukses masa depan untuk karyawan potensial; pengembangan soft skill; memanfaatkan teknologi social media untuk pembelajaran dan pelatihan. Pola pengembangan karir yang di usulkan dalam penelitian ini diharapkan akan meningkatkan sukses karir mereka. Selain itu, penerapan konsep ini diharapkan akan meningkatkan komitmen dan loyalitas kerja.

Kata Kunci: Generational Values, Career Expectation, Talent Management, Training and Development

NCAB 7_008

Pengaruh Persepsi Dukungan Organisasional Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Dengan Motivasi Kerja Sebagai Variabel Mediasi (*Studi Pada Pegawai Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Kutai Kartanegara*)

M. Azan Gaffarul N

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Indonesia

Email: Muhammadgaffarul@gmail.com

Abstrak - Menurunnya minat masyarakat untuk datang ke perpustakaan daerah menjadi tantangan tersendiri bagi pemerintah khususnya para dinas terkait yaitu dinas perpustakaan dan kearsipan (Disperpusip) daerah kutai kartanegara, Indonesia. Karena hal tersebut berkaitan langsung dengan kinerja pegawai yang dinilai belum maksimal. Disperpusip sebagai suatu organisasi harus memahami pentingnya dukungan organisasi dan lingkungan kerja yang dapat mempengaruhi motivasi kerja dan akan berdampak pada kinerja pegawai. Studi ini menguji hubungan antara faktor persepsi dukungan organisasi dan lingkungan kerja terhadap kinerja kerja melalui motivasi kerja di antara populasi pegawai dinas perpustakaan dan kearsipan kabupaten kutai kartanegara. Dalam studi ini menggunakan analisis jalur (path), survei kuesioner dilakukan pada seluruh populasi 100 pegawai dinas perpustakaan dan kearsipan kutai kartanegara, Indonesia.

Kata Kunci: *Persepsi dukungan organisasi, Lingkungan kerja, Kinerja, Motivasi*

NCAB 7_093

Analysis of Factors That Cause Stress in Dentists: Literature Review

Syafrudin Aulia Azhar¹ Heru Sulisty²
^{1,2}*Faculty of Economics, Sultan Agung Islamic University,
Jalan Raya Kaligawe, KM 4. Semarang, 50112, Indonesia*
E-mail: rudiraulia22@gmail.com¹ heru@unissula.ac.id²

Abstract — Health workers is an occupation in which a person must dedicate himself in the field of health, including the dental profession. Dentist Competency Standards explain that a dentist in carrying out his duties is required to be professional. Dentists are recognized as a stressful profession and they also consider their profession more stressful than other health workers. Stress is associated with decreased performance, in health-related professions will certainly affect health services to patients. This article aims to review what factors trigger work stress at the dentist, so that service to patients has good quality. Based on literature studies, it is found that the factors that most often make a dentist stress are work environment and conflict with coworkers, as well as other factors that also influence work demands, organizational conditions, financial, and social support. It is very important for dentists to be able to identify stress levels to be able to provide good service and provide maximum performance in work.

Keywords— *Stress, Health Workers, Dentists.*

Abstrak—Tenaga kesehatan merupakan suatu pekerjaan dimana seseorang harus mengabdikan diri dalam bidang kesehatan, termasuk profesi dokter gigi. Standar Kompetensi Dokter Gigi menjelaskan bahwa seorang dokter gigi dalam menjalankan tugasnya dituntut untuk bersikap profesional. Dokter gigi diakui sebagai profesi yang penuh tekanan serta merekapun menganggap profesi mereka lebih stres daripada tenaga kesehatan lainnya. Stres dikaitkan dengan penurunan kinerja, dalam profesi terkait kesehatan tentunya akan mempengaruhi pelayanan kesehatan terhadap pasien. Artikel ini bertujuan untuk mengulas faktor-faktor apa yang menjadi pemicu stres kerja pada dokter gigi, sehingga pelayanan terhadap pasien memiliki kualitas dan mutu yang baik. Berdasarkan studi literature didapatkan hasil bahwa factor yang paling sering membuat dokter gigi stress yaitu lingkungan kerja dan konflik dengan rekan kerja, serta faktor faktor lain yang juga berpengaruh yaitu tuntutan kerja, keadaan organisasi, finansial, dan dukungan sosial. Sangat penting bagi dokter gigi untuk bisa mengidentifikasi level stress untuk bisa memberikan pelayanan yang baik dan memberikan performa maksimum dalam berkerja.

Kata kunci— *Stres, Tenaga Kesehatan, Dokter Gigi.*

NCAB 7_035

Peran *Value Congruence* dan *Inter Organizational Knowledge Sharing* dalam Memperkuat *Relationship Quality* pada Komunitas Bisnis

Adelia Ika Damayanti¹, Ardian Adhiatma²

Postgraduate Student at Dept. of Management, Faculty of Economics, Universitas Islam Sultan Agung, Jl. Raya Kaligawe Km.4 (50117) Semarang, Indonesia

E-mail : adeliaid31398@std.unissula.ac.id

Dept. of Management, Faculty of Economics, Universitas Islam Sultan Agung, Jl. Raya Kaligawe Km.4 (5011) Semarang, Indonesia

E-mail : ardian@unissula.ac.id

Abstrak — Tujuan sebuah bisnis adalah untuk membantu menciptakan kesejahteraan umat. Supaya kesejahteraan umat terjaga, maka kelangsungan bisnis (*business sustainability*) menjadi satu hal penting yang harus terus di jaga. Salah satu upaya yang bisa dilakukan adalah dengan berafiliasi atau tergabung dalam sebuah komunitas bisnis. Komunitas bisnis adalah kumpulan dari berbagai perusahaan yang mempunyai nilai dan tujuan yang sama untuk saling berinteraksi satu dengan lainnya yang berdampak pada kemajuan bisnisnya secara jangka panjang. Di dalam komunitas bisnis, para anggota akan saling berkolaborasi dan bekerjasama untuk mewujudkan keunggulan masing-masing. Tujuan penelitian ini adalah mengembangkan dua buah konsep yang menjadi penentu *Relationship Quality* (kualitas hubungan) antara anggota komunitas bisnis. Kedua konsep tersebut adalah *Value Congruence* dan *Inter Organizational Knowledge Sharing (IOKS)*. Metode penelitian yang digunakan adalah *survey literature* untuk mendefinisikan konsep dan mengembangkan pengukuran. Hasil penelitian menemukan bahwa *Value Congruence* dapat di definisikan sebagai tingkat kesesuaian nilai antara perusahaan dengan komunitas yang diikuti dalam mencapai tujuan, dan di ukur dengan menggunakan *relationship*, *security*, dan *prestige*. Sedangkan *Inter Organizational Knowledge Sharing* adalah sebagai kesediaan perusahaan untuk berbagi pengetahuan yang telah mereka peroleh dengan perusahaan lain dalam komunitas yang sama, yang di ukur dengan *knowledge donating* (berbagi pengetahuan kepada perusahaan lain) dan *knowledge collecting* (mengumpulkan pengetahuan dari perusahaan lain). Kedua konsep tersebut diyakini akan meningkatkan kualitas hubungan antar anggota dalam komunitas. Penelitian mendatang akan dilakukan untuk memvalidasi definisi konsep dan pengukuran yang telah dikembangkan dan pengujian empiris kausalitas antar konsep.

Kata Kunci — *Inter Organizational Knowledge Sharing, Value Congruence, Relationship Quality*

NCAB 7_017

Pengaruh *Leadership style, Training dan Role of Ambiguity* terhadap Employee performance di Wilayah PERUMDA PD Pasar Jaya Kramat Djati Jakarta Timur

Iko Risdiansah¹, Heru Kurnianto Tjahjono², Nuryakin³

¹Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Email: Ikorsd99@gmail.com

²Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Email: herukurnianto@umy.ac.id

³Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Email: nuryakin@umy.ac.id

Abstrak-- Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh leadership style, training dan role of ambiguity terhadap employee performance. Latar belakang penelitian ini berdasarkan fenomena yang terjadi di wilayah kerja PERUMDA PD Pasar Jaya dimana terdapat masalah yang disebabkan oleh peran yang tidak sesuai dengan kemampuannya terhadap beberapa pegawai yang berdampak pada penurunan produktifitas individu dan organisasi. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penentuan sampel melalui metode purposive sampling dengan alat ukur menggunakan kuesioner yang didistribusikan kepada 165 responden. Analisis data menggunakan Structural Equation Modelling dengan software Amos dan statistik deskriptif menggunakan SPSS. Dugaan dalam penelitian ini yaitu adanya pengaruh leadership style terhadap employee performance, pengaruh training terhadap employee performance, pengaruh role of ambiguity terhadap leadership style ke employee performance, pengaruh role of ambiguity terhadap training ke employee performance.

Kata kunci : *leadership style, training, role of ambiguity, employee performance.*

Abstract-- This study aims to analyze the influence of leadership style, training and the role of ambiguity on employee performance. The background of this study is based on the phenomenon that occurs in the PERUMDA PD Pasar Jaya work area where there are problems caused by roles that are not in accordance with their abilities to some employees which have an impact on decreasing individual and organizational productivity. This research is quantitative research. Determination of the sample through a purposive sampling method with measuring instruments using a questionnaire distributed to 165 respondents. Data analysis using Structural Equation Modeling with Amos software and descriptive statistics using SPSS. The allegations in this study are the influence of leadership style on employee performance, the effect of training on employee performance, the influence of the role of ambiguity on leadership style on employee performance, the influence of the role of ambiguity on training on employee performance

Keywords: *leadership style, training, role of ambiguity, employee performance*

NCAB 7_79

Upaya Meningkatkan Komitmen Afektif Karyawan Dinas Komunikasi Dan Informatika Kabupaten Kebumen Melalui 3 Model Of Justice (Distributive Justice, Procedural Justice, & Interaksional Justice)

Fawzi Rizki Pradana¹, Heru Kurnianto Tjahjono², Dr.Nur Yakin³
Program Studi Magister Manajemen, Program Pasca sarjana, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta,
Jl. Brawijaya, Geblagan, Tamantirto, Kec. Kasihan, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta 55183,
Indonesia.

Telp. (0274) 387656, Email : ¹fawzi.rizki.pasca17@mail.umy.ac.id,
²herukurnianto@umy.ac.id,³nuryakin@umy.ac.id

Abstrak - Sumber daya manusia pada masa kini hingga mendatang perlu menyiapkan diri untuk berkompetisi dan mengembangkan diri. Organisasi diseluruh dunia pasti mendambakan memiliki karyawan yang memiki komitmen tinggi, karena organisasi akan mendapatkan nilai tambah.. Komitmen afektif sering mendapat perhatian pada penelitian yang berkaitan dengan perilaku organisasi. Karena komitmen afektif mendasarkan pada pendekatan yang sifatnya psikologis dan emosional. Keadilan organisasi sebagai suatu konsep keseimbangan dalam memperlakukan pegawai diharapkan mampu diterapkan oleh organisasi dengan tujuan memicu tumbuhnya suatu rasa berkomitmen dalam diri pegawai.Namun masih terdapat beberapa penelitian yang menunjukkan hasil yang tidak konsisten sehingga menimbulkan gap penelitian. Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Kebumen merupakan lembaga kedinasan yang bertanggung jawab dalam pengelolaan informasi dan juga data elektronik pemerintah daerah Kabupaten Kebumen. Dengan tanggung jawab sedemikian besar, tentu kinerja pegawai menjadi prioritas utama guna memberikan layanan informasi yang baik dan maksimal. Untuk menunjang hal tersebut tentu diperlukan komitmen afektif yang tinggi dari setiap karyawannya.Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan rancangan strategi survey. Data yang diperoleh berdasarkan dari pengamatan langsung pada Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Kebumen. Hasil survey diolah dan dianalisis menggunakan software statistic SPSS 25. Bagi karyawan yang memiliki komitmen afektif tinggi berarti dapat dikatakan karayawan mendapat keadilan yang memadahi.

Kata Kunci – *Keadilan Organisasi, Distributive Justice, Procedural Justice, Interaksional Justice, Komitmen Afektif*

NCAB 7_005

Pengaruh Sikap Positif Terhadap Peningkatan Kinerja : Study Kasus Pada Karyawan Kontrak

Aris Windarsih¹, Abdul Hakim²

^{1,2}Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Unissula

Email: awindarsih@std.unissula.ac.id

Abstract -Masalah kinerja dan produktifitas menjadi perhatian dan tujuan sebuah organisasi. Kinerja SDM secara individual penting diperhatikan karena berkontribusi dalam peningkatan kinerja organisasi secara keseluruhan. Sikap positif karyawan memiliki pengaruh terhadap cara pandang dan berperilaku dalam bekerja. Salah satu faktor sikap positif karyawan adalah *employee engagement* dan *achievement commitment* dalam bekerja. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara empiris (1) Pengaruh *Employee engagement* terhadap *employee performance* (2) Pengaruh *achievement commitment* terhadap *employee performance* (3) *Employee engagement* terhadap *achievement commitment*. Penelitian ini dilakukan di PT. Dua Kelinci Pati. Metode penelitian yang digunakan *purposive sampling* dengan jumlah populasi karyawan kontrak sebanyak 2.319 orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) *Employee engagement* berpengaruh positif terhadap *employee performance* (2) *Achievement commitment* berpengaruh positif terhadap *employee performance* (3) *Employee engagement* berpengaruh positif terhadap *achievement commitment*.

Keywords: Sikap positif, *Employee Engagement*, *Achievement Commitment*, *Employee Performance*

NCAB 7_091

Model Pencapaian Prestasi Kerja Melalui *Human Capital Skill*, Pengembangan Karier Dan *Soft Skill Training* Dengan Pengawasan Sebagai Variabel Moderasi

Anisza Willy Dewanti, Lilik Setiawan, Widiyanto
Universitas Islam Sultan Agung, Semarang, Indonesia

Email: aniszawilly95@gmail.com

Email: setiawanlilik09@gmail.com

Email: Widiyantopunt@hotmail.com

ABSTRACT- *The purpose of this study is to analyze employee performance achievements through soft skills training, human capital skills and career development moderated by supervision. The population of this study is all employees of PT. Brantas Abipraya Persero, amounting to 150 employees. The sampling method uses a purposive sampling method with a sample of 109 employees. The number of samples that can be processed is 100 employees. Methods of data analysis using path analysis with Smart Partial Least Square statistical test equipment. Hypothesis testing results show that soft skill training has a significant positive effect on human capital skills. Soft skill training has a significant positive effect on career development. Soft skill training has a significant positive effect on work performance. Human capital skills have a significant positive effect on work performance. Career development has a significant positive effect on work performance. The moderation test results found that supervision is able to strengthen the effect of soft skills training on work performance, the higher the supervision will strengthen the effect of soft skills training on work performance.*

Keywords: *Soft skills training, human capital skills, career development, supervision and work performance*

ABSTRAK Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pencapaian prestasi kerja karyawan melalui *soft skill training*, *human capital skill* dan pengembangan karier yang dimoderasi oleh pengawasan. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh karyawan PT. Brantas Abipraya Persero yang berjumlah 150 karyawan. Metode pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* dengan jumlah sampel 109 karyawan. Jumlah sampel yang dapat diolah berjumlah 100 karyawan. Metode Analisis data menggunakan *path analysis* dengan alat uji statistik *Smart Partial Least Square* Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa *soft skill training* berpengaruh positif signifikan terhadap *human capital skill*. *Soft skill training* berpengaruh positif signifikan terhadap pengembangan karier. *Soft skill training* berpengaruh positif signifikan terhadap prestasi kerja. *Human capital skill* berpengaruh positif signifikan terhadap prestasi kerja. Pengembangan karier berpengaruh positif signifikan terhadap prestasi kerja. Hasil uji moderasi menemukan bahwa pengawasan mampu menguatkan pengaruh *soft skill training* terhadap prestasi kerja, semakin tinggi pengawasan maka akan menguatkan pengaruh *soft skill training* terhadap prestasi kerja.

Kata kunci: *Soft skill training, human capital skill, pengembangan karier, pengawasan dan prestasi kerja*

NCAB 7_045

Pengaruh Job Insecurity, Job Stress, Dan Work Family Conflict Terhadap Turnover Intention, Perceived Organizational Support Sebagai Variabel Moderasi (STUDI pada BPJS Ketenagakerjaan)

Puspo Hartanti¹, Achmad Sobirin²

¹Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, 55283 Indonesia
E-mail: puspo.hartanti@gmail.com

²Fakultas Bisnis dan ekonomika, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, 55283 Indonesia
E-mail: achmad.sobirin@uii.ac.id

Abstract— The company is responsible for maintaining the quality of work life and fostering workforce to be willing to contribute optimally to achieve company goals. The existence of a good quality of work life fosters the desire of employees to stay and survive in the organization / company. Conversely employees who do not get quality work life can have an impact on turnover intention which can harm the company. This study aims to examine and analyze the effect of job insecurity on turnover intention, the effect of job stress on turnover intention, the effect of work family conflict on turnover intention, the effect of job insecurity on tunable intention moderated variables perceived organizational support, the effect of job stress on moderated turnover intention by perceived organizational support and the effect of work family conflict on turnover intention which is moderated by the variable perceived organizational support. Respondents in this study were 169 employees of Central Java and DIY BPJS. In the end the research was expected to provide input to the company, related to turnover intention that could affect its productivity, so that management could treat their employees effectively and efficiently. The analytical tool used in this research is descriptive analysis with Structural Equation Model (SEM) analysis method. Processed using the AMOS program

Keywords— Job Insecurity; Job Stress; Work Family Conflict; Turnover Intention; Perceived Organizational Support.

Abstrak— Perusahaan bertanggungjawab untuk memelihara kualitas kehidupan kerja dan membina tenaga kerja agar bersedia memberikan kontribusinya secara optimal untuk mencapai tujuan perusahaan. Adanya kualitas kehidupan kerja yang baik menumbuhkan keinginan para karyawan untuk tetap tinggal dan bertahan di organisasi / perusahaan. Sebaliknya karyawan yang tidak memperoleh kualitas kehidupan kerja dapat berdampak turnover intention yang dapat merugikan perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh job insecurity terhadap turnover intention, pengaruh job stress terhadap turnover intention, pengaruh work family conflict terhadap turnover intention, pengaruh job insecurity terhadap turnover intention yang dimoderasi variabel perceived organizational support, pengaruh job stress terhadap turnover intention yang dimoderasi oleh perceived organizational support dan pengaruh work family conflict terhadap turnover intention yang dimoderasi variabel perceived organizational support. Responden dalam penelitian ini adalah pegawai BPJS Ketenagakerjaan Jateng dan DIY berjumlah 169. Pada akhirnya penelitian tersebut diharapkan dapat memberikan masukan kepada perusahaan, terkait dengan turnover intention yang dapat mempengaruhi produktivitasnya, sehingga manajemen dapat melakukan treatment kepada karyawannya secara efektif dan efisien. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dengan metode analisis Structural Equation Model (SEM). Diolah dengan menggunakan program AMOS.

Kata kunci— Job Insecurity; Job Stress; Work Family Conflict; Turnover Intention; Perceived Organizational Support

NCAB 7_016

Kepemimpinan Berdasarkan Kecerdasan Emosi Menurut Perspektif Karyawan Generasi Millennial

Muhammad Ilhamsyah
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Ilhamsyah1512@gmail.com

ABSTRAK -Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gaya kepemimpinan berdasarkan kecerdasan emosi menurut perspektif karyawan generasi Millennial (kelahiran 1982 – 2004, menurut Strauss – Howe :2000), selanjutnya penelitian ini juga bertujuan untuk dapat memberikan sebuah referensi didalam menentukan gaya kepemimpinan yang tepat berdasarkan kecerdasan emosi untuk diterapkan pada karyawan generasi Millennial. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Pengambilan data dilakukan dengan cara wawancara dengan karyawan dari generasi Millennial di perusahaan X. Hasil penelitian diharapkan dapat mengungkap gaya kepemimpinan berdasarkan kecerdasan emosi yang tepat dan sesuai dengan perspektif karyawan generasi Millennial.

Kata Kunci : Generasi Millennial, Tenaga Kerja, Kepemimpinan, Kecerdasan Emosi

NCAB 7_100

Pengaruh Kepemimpinan Transformasional Dan Kompetensi Profesional Terhadap Motivasi Kerja Serta Implikasinya Pada Kinerja Guru Smk Negeri Di Bekasi

Supanji¹, Reni Herawati², Siswoyo Haryono³

^{1,2,3}*Program Doktor, Universitas Perdada Indonesia, Jakarta, Indonesia*
Email: irwanpancasila@yahoo.co.id

Abstrak-Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh variabel kepemimpinan transformasional, dan kompetensi profesional secara parsial maupun simultan terhadap motivasi kerja dan mengetahui pengaruh kepemimpinan tranformasional dan kompetensi profesional dan motivasi kerja secara parsial maupun simultan terhadap kinerja guru. Metode penelitian Pengambilan sampel menggunakan teknik proporsional sampling. Metode analisis data adalah analisis deskriptif dan verifikatif dengan ukuran sampel 255 responden, diambil dari populasi 852. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian adalah *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan program *Analysis of Moment Structure* (AMOS). Berdasarkan hasil penelitian, maka didapatkan temuan sebagai berikut; (1) secara bersama-sama atau simultan kepemimpinan transformasional dan kompetensi profesional berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi kerja guru SMK Negeri di Bekasi, (2) secara bersama-sama atau simultan kepemimpinan transformasional, kompetensi profesional dan motivasi kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja guru SMK Negeri di Bekasi, (3) secara parsial kompetensi profesional berpengaruh paling dominan positif dan signifikan terhadap motivasi kerja SMK Negeri di Bekasi, (4) secara parsial motivasi kerja berpengaruh paling dominan positif dan signifikan terhadap kinerja guru SMK Negeri di Bekasi. (5) Motivasi kerja adalah variabel intervening atau penghubung yang baik untuk kepemimpinan transformasional dan kompetensi profesional dalam meningkatkan kinerja guru SMK Negeri di Bekasi. Hasil penelitian ini menggambarkan bahwa motivasi kerja guru SMK Negeri di Bekasi dipengaruhi oleh kompetensi profesional yang dimiliki masing-masing individu para guru. Sedangkan kinerja guru pada SMK Negeri di Bekasi dapat ditingkatkan melalui pemberian motivasi kerja, hal ini dikarenakan variabel motivasi kerja pada penelitian ini merupakan variabel intervening atau penghubung yang baik bagi variabel kepemimpinan transformasional dan juga kompetensi profesional.

Kata Kunci: *Kepemimpinan Transformasional, Kompetensi Profesional, Motivasi Kerja, Kinerja*

NCAB 7_024

Pengaruh *The Big Five Personality* Terhadap Perilaku Cyberloafing Karyawan (Kasus Di C.V. Andi Offset Yogyakarta)

Erma Jen Christiana¹, Heru Kristanto²

^{1,2}*Program Magister Manajemen Fakultas Bisnis – Universitas Kristen Duta Wacana*

¹⁾ Email: ermajen5495@gmail.com; ²⁾ heru1405@gmail.com

Abstrak- Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *The Big Five Personality Traits* terhadap perilaku *Cyberloafing* karyawan di CV ANDI Offset Yogyakarta. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif menggunakan metode survey dengan teknik pengambilan data menggunakan kuesioner. Pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu karyawan yang bekerja menggunakan komputer. Hasil penelitian ini untuk menguji hipotesis: Pengaruh *The Big Five Personality Traits* (extraversion; agreeableness; conscientiousness; emotional stability; openness to experience) terhadap *cyberloafing* secara negatif dan significant. Hipotesis akan diuji menggunakan analisis regresi linier, yang didahului oleh uji validitas dan uji reabilitas.

Kata Kunci: *The Big Five Personality Traits, cyberloafing*

NCAB 7_052

Pengaruh Reward Ekstrinsik dan Intrinsik terhadap Kinerja dengan Kepuasan Kerja sebagai Variabel Intervening pada Karyawan Dinas Pertanian dan Pangan Kabupaten Kebumen

Kristiana Marahastuti¹, Siswoyo Haryono², Nuryakin³

¹*Program Studi Magister Manajemen, UMY, Yogyakarta, Indonesia*

E-mail: ana.marahastuti@gmail.com

²*Program Studi Magister Manajemen, UMY, Yogyakarta, Indonesia*

E-mail: profsis90@yahoo.com

³*Program Studi Magister Manajemen, UMY, Yogyakarta, Indonesia*

E-mail: nuryakin@umy.ac.id

Abstrak - Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh reward ekstrinsik dan instrinsik terhadap kinerja dengan kepuasan kerja sebagai variabel intervening. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah karyawan Dinas Pertanian dan Pangan Kecamatan Pejagoan Kabupaten Kebumen yang ASN. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling. Instrumen yang digunakan berupa lembar angket dan lembar observasi. Teknik analisis data menggunakan pendekatan *Structural Equation Modeling (SEM)* dengan menggunakan AMOS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) terdapat pengaruh yang signifikan reward ekstrinsik dan instrinsik terhadap kinerja karyawan; 2) terdapat pengaruh yang signifikan reward ekstrinsik dan instrinsik terhadap kepuasan kerja karyawan; 3) terdapat hubungan yang positif antara kepuasan kerja dan kinerja.

Kata kunci: reward ekstrinsik, reward instrinsik, kepuasan kerja, kinerja

NCAB 7_101

Pengaruh Pengembangan Karier Dan Sertifikasi Auditor Terhadap Motivasi Kerja Serta Implikasinya Pada Kinerja Auditor Di Unit Unit Inspektorat Wilayah Kerja Sumatera Selatan

Zaid Kamal¹, Erna Handayani², Siswoyo Haryono³

¹Fakultas Ekonomi, UPI Y.A.I Jakarta,

^{2,3}Program Studi Doktor Manajemen, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

¹Email: zaid_kamal@yahoo.com

Abstrak - Penelitian ini adalah deskriptif dan verifikatif. Penelitian deskriptif dilakukan untuk memperoleh gambaran secara cermat mengenai fakta-fakta yang berkaitan dengan objek penelitian seperti deskripsi tentang ciri-ciri variabel pengembangan karir, sertifikasi auditor, motivasi kerja serta kinerja auditor. Sedangkan penelitian verifikatif dilakukan untuk menghasilkan informasi ilmiah melalui pengujian hipotesis dengan statistik atau uji SEM (Structural Equation Modelling) berdasarkan data-data yang diperoleh di lapangan yaitu menguji pengaruh pengembangan karir dan sertifikasi auditor terhadap motivasi kerja serta dampaknya terhadap kinerja auditor. SEM merupakan gabungan dari analisis faktor dan analisis regresi yang terdiri dari dua jenis model analisis yaitu Confirmatory Factor Analysis (CFA) dan Multiple Regression Analysis. Penelitian ini dilakukan untuk menguji: 1) Pengaruh baik secara parsial maupun bersama pengembangan karir dan sertifikasi auditor terhadap motivasi kerja; 2) Pengaruh baik secara parsial maupun bersama-sama pengembangan karir, sertifikasi auditor dan motivasi kerja terhadap kinerja auditor. Sampel dalam penelitian berjumlah 240, merupakan auditor yang berada di unit-unit Inspektorat wilayah kerja Sumatera Selatan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa; Secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan pengembangan karir terhadap motivasi kerja auditor di unit-unit Inspektorat Wilayah Kerja Sumatera Selatan. Secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan sertifikasi auditor terhadap motivasi kerja auditor di unit-unit Inspektorat Wilayah Kerja Sumatera Selatan. Terdapat pengaruh positif dan signifikan pengembangan karir dan sertifikasi auditor secara bersama-sama terhadap motivasi kerja auditor di unit-unit Inspektorat Wilayah Kerja Sumatera Selatan. Secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan motivasi kerja terhadap kinerja auditor di unit-unit Inspektorat Wilayah Kerja Sumatera Selatan. Secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan pengembangan karir terhadap kinerja auditor di unit-unit Inspektorat Wilayah Kerja Sumatera Selatan. Secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan sertifikasi auditor terhadap kinerja auditor di unit-unit Inspektorat Wilayah Kerja Sumatera Selatan. Terdapat pengaruh positif dan signifikan pengembangan karir, sertifikasi auditor dan motivasi kerja secara bersama-sama terhadap kinerja auditor di unit-unit Inspektorat Wilayah Kerja Sumatera Selatan.

Katakunci- Pengembangan Karir; Motivasi Kerja; Sertifikasi Auditor

NCAB 7_107

Pengaruh Budaya Organisasional dan *Leader Member Exchange* Terhadap *Intention To Leave* Dimediasi Kepuasan Kerja Karyawan Perguruan Tinggi Muhammadiyah di Yogyakarta

Efa Wakhidatus Solikhah¹, Siswoyo Haryono²

¹*Program Doktor Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Indonesia*
efawakhidatus@gmail.com

²*Program Doktor Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Indonesia*
profsis90@yahoo.com

Abstrak—Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh budaya organisasional dan *leader member exchange* dimediasi oleh kepuasan kerja terhadap *intention to leave* pada karyawan Perguruan Tinggi Muhammadiyah di Yogyakarta. Penelitian kuantitatif ini menggunakan metode probability sampling dan analisis data menggunakan Structural Equation Modelling.

Kata kunci— *Budaya organisasional; leader member exchange; kepuasan kerja; intention to leave.*

Abstract— *This study aims to analyze the influence of organizational culture and leader member exchange mediated by job satisfaction with intention to leave on employees of Muhammadiyah Universities in Yogyakarta. This quantitative study uses probability sampling method and data analysis using Structural Equation Modeling.*

Keywords— *Organizational culture; leader member exchange; job satisfaction; intention to leave*

NCAB 7_042

Peran Job Crafting Sebagai Variabel Mediasi dalam Hubungan Kompleksitas Kerja dan Well-being di Kalangan Birokrasi

Yusvian Erianto¹, Nurhidayati²,

¹*Mahasiswa Magister Manajemen Unissula*
yusvian27@gmail.com

²*Dosen FE Unissula*
nurhidayati@unissula.ac.id

Abstrak-*Well-being* merupakan kondisi dan suasana yang diinginkan oleh setiap pegawai dalam bekerja. Tercukupinya kebutuhan materi tidak menjamin kesejahteraan yang dirasakan pegawai, masih ada faktor lain seperti keterikatan kerja, kenyamanan dan ketenangan batin juga turut berpengaruh terhadap pencapaian *well-being*. Terkait dengan birokrasi, stigma yang melekat pada birokrat yaitu lambatnya pelayanan, praktik KKN, sistem dan prosedur yang tidak jelas, dapat membuat pegawai merasa tidak nyaman dalam bekerja. Begitu pula dengan penataan internal organisasi melalui jalur promosi dan mutasi yang tidak sesuai dengan latar belakang pendidikan, kompetensi teknis, dan pemenuhan kebutuhan pribadi pegawai sehingga muncul kompleksitas kerja pegawai yang berakibat pada rasa bosan dan stress kerja. *Job crafting* merupakan cara dan inisiatif pegawai untuk mengubah pola kerja secara sukarela dan proaktif ketika menyelesaikan pekerjaannya. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis peran *job crafting* sebagai variabel perantara dalam hubungan kompleksitas kerja dan *well-being*. Penelitian ini mengambil sampel PNS di Lingkungan Kota Salatiga sebanyak 100 orang dengan menggunakan *quota sampling*. Data dianalisis menggunakan SPSS. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa variabel kompleksitas kerja tidak mempunyai pengaruh secara langsung terhadap *well-being* ASN, sedangkan melalui mediasi *job crafting*, kompleksitas kerja berpengaruh secara signifikan terhadap *well-being*.

Kata kunci: kompleksitas kerja; *job crafting*; *well-being*

NCAB 7_105

Analisis Peranan Lembaga Pendidikan Dan Pelatihan Dalam Mempersiapkan Sumber Daya Manusia Yang Berkualitas Pada Bidang Penerbangan Di Indonesia

Raden Fatchul Hilal¹ Siswoyo Haryono²

^{1,2} Program Doktor Manajemen, Pascasarjana, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta,
Indonesia

¹radenfatchul@gmail.com, ²profsis12@gmail.com

Abstrak-Menurut International Civil Aviation Organization (ICAO) kebutuhan sumber daya manusia untuk pilot hingga tahun 2030 mencapai 980.799 orang, sedangkan kebutuhan teknisi pesawat 1.164.969 orang. Untuk Indonesia sendiri, kebutuhan akan pilot baru setiap tahunnya mencapai 600 orang, sedangkan teknisi pesawat mencapai 800 orang per tahunnya. Kondisi ini menciptakan kesempatan lebih besar bagi orang-orang yang memiliki kompetensi di bidang penerbangan untuk mengisi peluang tersebut. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui upaya Lembaga Pendidikan dan Pelatihan dalam mempersiapkan sumber daya manusia yang berkualitas pada bidang penerbangan di Indonesia dan untuk mengetahui Lembaga Pendidikan dan Pelatihan mengatasi kendala-kendala dalam mempersiapkan sumber daya manusia pada bidang penerbangan di Indonesia. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian normatif. Pendekatan penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Data yang diperoleh pada dasarnya merupakan data tataran yang dianalisis secara deskriptif kualitatif, yaitu data yang terkumpul dituangkan dalam bentuk uraian logis dan sistematis yang menghubungkan fakta yang ada dengan berbagai peraturan yang berlaku. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengelolaan SDM dengan pendidikan dan pelatihan tenaga kerja sangat penting untuk memperbaiki SDM agar mereka lebih memahami tanggung jawab pekerjaannya, sehingga SDM yang memiliki performa tinggi akan memberikan kontribusi positif bagi organisasi. Disiplin kerja perlu dilakukan agar mencapai pelayanan maksimal yang kepuasannya akan di rasakan oleh konsumen. Pesawat delay atau sering terlambat hendaknya di minimalisir agar kepuasan konsumen dapat terpenuhi.

Kata Kunci: *Lembaga Pendidikan Dan Latihan, Sumber Daya Manusia, Penerbangan Indonesia.*

NCAB 7_103

Mitigasi Bencana Gunung Merapi Dengan Memanfaatkan Komoditas Lahar Hujan (Mitigation Of Merapi Eruption By Utilization Of Rain Vulcanic Mudflow)

Budi Sumantri¹, Subandriyo², Siswoyo Haryono³

^{1,2,3}Doktor Manajemen UMY, Balitnak Kementan, Program Pascasarjana UMY

¹budisumantri100967@gmail.com²bandriyo267@yahoo.com³profsiswoyo@umy.ac.id

Abstract- Merapi eruption in 2010 had been produced abundant pyroclastic subsequently become rain volcanic mudflow that transported by rain. Mitigation could be conducted by scratching river base. Method of the study was survey at the Merapi eruptions. Based on survey from Geology Agency there were about 49.5 millions m³ pyroclastic. Results of the field observation showed that loading time are 0.889 m³/minute. Rain vulcanic mudflow deposit of 49.5 millions m³ required 928,000 hours time for loading. Therefore, mitigation of rain vulcanic mudflow needed 928,000 working hours. Benefits for Magelang regency government resulting from rock mineral tax approximately was about Rp.148,500,000,000.00.

Keywords : Merapi mount, mitigation, rain vulcanic mudflow

Abstrak-Gunung Merapi pada tahun 2010 telah meletus dengan letusan explosive sehingga menghasilkan material piroklastik yang melimpah dan selanjutnya akan menjadi lahar hujan apabila tertransportasi oleh air hujan. Mitigasi dilaksanakan dengan cara mengadakan pengerukan lahar yang berada di sungai-sungai yang berhulu di gunung Merapi. Berdasarkan survey dari Badan Geologi terdapat lahar 49,5 juta m³. Hasil pengamatan lapangan diperoleh rata-rata waktu muat (loading) sebesar 0,889 m³/menit. Dengan jumlah deposit lahar hujan 49,5 juta m³, didapatkan waktu pemuatan (loading) sebesar 928.009 jam. Dengan demikian waktu yang diperlukan untuk mitigasi bencana lahar hujan sebesar 928.000 jam kerja. Manfaat yang akan diperoleh Pemerintah Kabupaten Magelang berupa pendapatan pajak mineral batuan sebesar Rp. 148.500.000.000,00 (seratus empat puluh delapan milyar lima ratus juta rupiah).

Kata Kunci : Gunung Merapi, mitigasi, lahar hujan

NCAB 7_104

Pengaruh Pelatihan Dan Motivasi Kerja Terhadap pengembangan Karir Dan Implikasinya Terhadap Kinerja Pegawai di Kantor Dinas Pekerjaan Umum Pengairan Provinsi Sumatera Selatan

Ahyauddin¹, Murniady Muchran², Siswoyo Haryono³

¹Program Doktor Ilmu Manajemen, UPI Y.A.I Jakarta, Program Pascasarjana

^{2,3}Program Studi Doktor Ilmu Manajemen UMY

Email: ¹ahyauddinmansur@yahoo.com

Avstrak-Dinamika Pembangunan Nasional baik fisik maupun non fisik sekarang ini sudah seharusnya mendapat perhatian lebih baik bagi aparatur negara maupun masyarakat luas. Pembangunan akan berhasil dicapai dengan baik sesuai dengan yang diinginkan jika aparatur bekerja dengan sungguh-sungguh sehingga memiliki kinerja yang efisien, efektif dan optimal. Aparatur negara dalam hal ini pegawai negeri sipil (PNS) yang memiliki kinerja yang baik akan membawa dampak positif terhadap hasil-hasil pembangunan. Khusus mengenai aktifitas Dinas Pekerjaan Umum Pengairan Provinsi Sumatera Selatan harus jelas, transparan dan dapat dipertanggungjawabkan guna mendukung visi dan misi yang ditetapkan yakni "Tersedianya Infrastruktur Sumber Daya Air yang Handal, Bermanfaat dan Berkelanjutan Untuk Mendukung Sumatera Selatan Sejahtera". Untuk itu Dinas Pekerjaan Umum Pengairan Provinsi Sumatera Selatan harus mampu menempatkan pegawainya sesuai dengan keahliannya yaitu sesuai dengan kompetensi dan profesionalitasnya. Metode yang dipergunakan yaitu metode survey kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Secara lebih spesifik, metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Structural Equation Modeling (SEM). Lokasi penelitian adalah kantor Dinas Pekerjaan Umum Pengairan Provinsi Sumatera Selatan dan waktu penelitian yang digunakan selama 7 bulan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pegawai di kantor Dinas Pekerjaan Umum Pengairan Provinsi Sumatera Selatan, baik yang menduduki jabatan struktural maupun fungsional dan dari tingkat pimpinan/staf sampai dengan pelaksana/non staf. Dari hasil penelitian terbukti, 1. Pengaruh positif dan signifikan pelatihan terhadap pengembangan karir pegawai Dinas Pekerjaan Umum Pengairan Provinsi Sumatera Selatan. 2. Pengaruh positif dan signifikan motivasi kerja pegawai terhadap pengembangan karir pegawai Dinas Pekerjaan Umum Pengairan Provinsi Sumatera Selatan. 3. Pengaruh pelatihan terhadap kinerja pegawai Dinas Pekerjaan Umum Pengairan Provinsi Sumatera Selatan. Namun dari pengaruh tidak langsung, pelatihan memiliki pengaruh tidak langsung yang lebih besar dibanding pengaruh langsung terhadap kinerja pegawai melalui pengembangan karir. 4. Pengaruh motivasi kerja terhadap kinerja pegawai di lingkungan Dinas Pekerjaan Umum Pengairan Provinsi Sumatera Selatan. Namun motivasi kerja memiliki pengaruh tidak langsung yang lebih besar dibanding pengaruh langsung terhadap kinerja pegawai melalui pengembangan karir. 5. Pengaruh positif dan signifikan pengembangan karir terhadap kinerja pegawai di lingkungan Dinas Pekerjaan Umum Pengairan Provinsi Sumatera Selatan. Pegawai yang terampil dan profesional dan memiliki motivasi tinggi diharapkan dapat meningkatkan pengembangan karir yang juga akan berdampak pada peningkatan kinerja pegawai. Penelitian ini terkait "Pengaruh Pelatihan Dan Motivasi Kerja Terhadap Pengembangan Karir dan Implikasinya Terhadap Kinerja Pegawai kantor Dinas Pekerjaan Umum Pengairan Provinsi Sumatera Selatan".

Kata Kunci : Pelatihan, Motivasi Kerja, Pengembangan karir, Kinerja Pegawai

NCAB 7_102

Pengaruh Kepemimpinan Dan Motivasi Kerja Terhadap Kompetensi Kerja Serta Implikasinya Pada Kinerja Pegawai Operasional Objek Wisata Taman Rekreasi Di Provinsi Sumatera Selatan

Yusnawati¹, Beni Agus Sulisty², Siswoyo Haryono³

¹Program Studi Doktor Manajemen, Universitas Persada Indonesia Y.A.I, Jakarta, 10340, Indonesia

E-mail:yusnawati_oleo@yahoo.co.id

²Program Studi Doktor Manajemen, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Yogyakarta, 55183, Indonesia

E-mail:profsis12@gmail.com

³Program Studi Doktor Manajemen, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Yogyakarta, 55183, Indonesia

E-mail:beniagus81@gmail.com

Abstrak - Terjadinya perubahan lingkungan yang semakin cepat dan tidak pasti, dengan ditandainya oleh arus globalisasi, sehingga tingkat ketergantungan antar bangsa tidak dapat dihindari lagi. Kemajuan ilmu pengetahuan, teknologi dan informasi mendorong terjadinya perdagangan bebas, di mana dunia seakan-akan tanpa batas. Akibat dari adanya arus globalisasi ini sektor jasa pariwisata ikut terdampak sehingga banyak persaingan bisnis sehingga perlu benar – benar dikelola secara optimal termasuk dalam sisi sumber daya manusia. Provinsi Sumatera Selatan terbagi dalam 15 Kabupaten/Kota, Sumatera Selatan merupakan salah satu provinsi Indonesia yang terletak dibagian Selatan pulau Sumatera dan provinsi ini beribukota di Palembang. Palembang telah terkenal sejak dahulu karena sempat menjadi ibu kota dari kerajaan Sriwijaya. Di samping itu provinsi ini banyak memiliki objek wisata yang menarik untuk dikunjungi, Berdasarkan data pengunjung di salah satu UPTD Pariwisata Sumatera Selatan yaitu obyek wisata Air Terjun Bedegung tersebut, jumlah pengunjung dari tahun ke tahun mengalami peningkatan, namun untuk kinerja pegawai di objek wisata Provinsi Sumatera Selatan perlu ditingkatkan, karena kinerja merupakan hasil pekerjaan yang mempunyai hubungan kuat dengan tujuan strategis organisasi . Dalam penelitian ini spesifik yang dilakukan kajian yaitu analisis pengaruh kepemimpinan dan motivasi kerja terhadap kompetensi kerja serta implikasinya pada kinerja pegawai operasional objek wisata taman rekreasi di Provinsi Sumatera Selatan, dan membatasi hanya 4 (empat) variabel, 1) Kepemimpinan; 2) Motivasi kerja; dan 3) Kompetensi kerja ; serta 4) Kinerja pegawai. Penelitian ini uji hipotesis bersifat deskriptif dan verifikatif dengan jumlah sampel 655 orang dengan penentuan sampel menggunakan stratified random sampling. Hasil penelitian ini bahwa motivasi kerja memiliki pengaruh langsung lebih besar (0,462) dari pengaruh langsung kepemimpinan terhadap kompetensi kerja (0,280). Motivasi kerja memiliki pengaruh langsung lebih besar (0,660) dari pengaruh langsung kepemimpinan (0,012) terhadap kinerja pegawai operasional objek wisata taman rekreasi di Sumatera Selatan, kepemimpinan dan motivasi kerja tidak memiliki pengaruh tidak langsung terhadap kompetensi kerja (0,00). Sedangkan motivasi kerja memiliki pengaruh tidak langsung lebih besar (0,090) dari pengaruh tidak langsung kepemimpinan (0,055) terhadap kinerja pegawai operasional objek wisata taman rekreasi di Sumatera Selatan.

Kata kunci : Kepemimpinan, Motivasi Kerja, Kinerja, Kompetensi

NCAB 7_083

Kepemimpinan Transformasional dan Komitmen Afektif Sektor Publik: Peran *Public Service Motivation* sebagai Pemediasi

Ismed Hanafi¹, Heru Kurnianto Tjahjono², Meika Kurnia Puji RDA³

¹*Magister Manajemen, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Kasihan, Bantul, 55183, Indonesia*

E-mail: ismed.hanafi@gmail.com

²*Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Kasihan, Bantul, 55183, Indonesia*

E-mail: herukurnianto@umy.ac.id

³*Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Kasihan, Bantul, 55183, Indonesia*

E-mail: meika_kurnia@umy.ac.id

Abstract— One of the main reasons why public service in Indonesia classified as poor is because of the dominance conception of "power" culture rather than "public service." Therefore, bureaucratic reform needs to be carried out to restore the function of bureaucrats as public servant. In this organizational change context, the role of transformational leadership is essential to motivate and stimulate employees to admit those changes as well as to commit to the change initiative. Meanwhile, public service motivation can be applied as a tool to assess bureaucrats in performing their function as a public servant as well as facilitating cooperation in the workplace. This study aims to examine the role of transformational leadership on affective commitment in the public sector by considering public service motivation as a mediating variable. This study uses a quantitative approach by distributing questionnaires to Customs and Excise officials. The primary data obtained from respondents are then processed using the structural equation model (SEM).

Keywords—**transformational leadership; affective commitment; public sector; public service motivation; organizational change.**

Abstrak— Salah satu penyebab buruknya kualitas pelayanan publik di Indonesia adalah masih menguatnya konsepsi budaya "kekuasaan" daripada "pelayan publik." Oleh karenanya, reformasi birokrasi perlu dijalankan untuk mengembalikan fungsi birokrat sebagai agen pelayan masyarakat. Dalam konteks perubahan tersebut, peran kepemimpinan transformasional diperlukan untuk memotivasi dan menstimulasi karyawan agar perubahan dapat diterima sekaligus berkomitmen terhadap inisiatif perubahan. Sementara itu, public service motivation dapat menjadi alat bantu untuk menilai (assess) aparat dalam menjalankan fungsinya sebagai pelayan publik sekaligus memfasilitasi kerjasama di tempat kerja. Studi ini bertujuan untuk menguji peran kepemimpinan transformasional terhadap komitmen afektif di sektor publik dengan mempertimbangkan public service motivation sebagai variabel pemediasi. Studi ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menyebar kuesioner kepada para pegawai Bea dan Cukai. Data primer yang diperoleh dari responden selanjutnya diolah dengan menggunakan structural equation model (SEM).

Kata kunci— **kepemimpinan transformasional, komitmen afektif, sektor publik, public service motivation, perubahan organisasional.**

NCAB 7_108

Pengaruh Makna Kerja Dan Resiliensi Terhadap *Intention To Leave* Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Kerja

Melati Ayu Widati¹, Muafi²
Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia
melatihanafi@gmail.com

Abstrak—Menjalankan peran sebagai guru Sekolah Luar Biasa (SLB) untuk mendidik Anak Berkebutuhan Khusus (ABK) dengan keterbatasan fisik, perilaku, dan emosi di SLB menjadi tantangan tersendiri karena diperlukan penanganan yang berbeda-beda disesuaikan dengan keterbatasan dari masing-masing anak didik. Tuntutan kerja dan tanggung jawab guru pada Anak Berkebutuhan Khusus (ABK) memiliki potensi guru melakukan turnover. Turnover merupakan keputusan akhir seseorang untuk meninggalkan pekerjaannya yang didahului oleh intention to leave. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh makna kerja dan resiliensi terhadap intention to leave dengan kepuasan kerja sebagai variabel mediasi. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan objek penelitian Sekolah Luar Biasa Negeri yang ada di Yogyakarta. Metode penelitian ini menggunakan teknik kuantitatif dengan cara membagikan kuesioner kepada 49 guru berstatus kepegawaian honorer di 4 SLB Negeri di Yogyakarta. Analisis data PLS_SEM dilakukan dengan software SmartPLS 3.0 dan diperoleh hasil sebagai berikut: (1) Makna Kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Kerja. (2) Resiliensi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Kerja. (3) Kepuasan Kerja berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Intention to leave. (4) Makna Kerja berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Intention to leave. (5) Resiliensi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Intention to leave. (6) Kepuasan Kerja terbukti memediasi hubungan Makna Kerja terhadap Intention to leave. (7) Kepuasan Kerja terbukti memediasi hubungan Resiliensi terhadap Intention to leave.

Kata kunci: Makna Kerja, Resiliensi, Intention to leave, Kepuasan Kerja.

NCAB 7_109

**Pengaruh *Green Intellectual Capital* Terhadap
Keunggulan Kompetitif Dengan Pemediasi *Green
Human Resource Management* (Survey Pada Ukm Batik
Warna Alam Di Paguyuban Kebon Indah)**

Qurota A'yuni

Universitas Islam Indonesia, Indonesia

E-mail: ayundi1456@gmail.com

Abstract— This study examines the role of green human resource management in mediating the influence of green intellectual capital on competitive advantage. The type of this study is quantitative research which is carried out by distributing questionnaire to all Batik MSMEs owners in Batik Tulis Kebon Indah Group with number of 169 MSMEs. The sampling technique is conducted using purposive sampling method, with 136 respondents obtained. The hypotheses proposed in this study are tested using regression analysis with Partial Least Square with SmartPLS 3.0 application. The result of this study shows that green human resource management has a role in mediating the influence of green intellectual capital on competitive advantage of natural dyes-Batik MSMEs in Kebon Indah Group.

Keywords— *Green Intellectual Capital; Green Human Capital; Green Relational Capital; Green Structural Capital; Green Human Resource Management; Competitive Advantage.*

Abstrak— Penelitian ini menguji peran green human resource management dalam memediasi pengaruh green intellectual capital terhadap keunggulan kompetitif. Penelitian kuantitatif dilakukan dengan menyebarkan kuisioner kepada seluruh pemilik UKM batik di Paguyuban Batik Tulis Kebon Indah sebanyak 169 UKM. Dengan metode purposive sampling, sampel akhir yang memenuhi kriteria pengujian sejumlah 136 responden. Pengujian hipotesis yang diajukan dilakukan dengan analisis regresi Partial Least Square dengan bantuan aplikasi SmartPLS versi 3.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa green human resource management berperan dalam memediasi pengaruh green intellectual capital terhadap keunggulan kompetitif pada UKM Batik warna alam di Paguyuban Kebon Indah.

Kata kunci— *Green Intellectual Capital; Green Human Capital; Green Relational Capital; Green Structural Capital; Green Human Resource Management; Keunggulan Kompetitif.*

NCAB 7_110

Pengaruh Kecakapan Manajerial Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Kualitas Laba Yang Dimoderasi Oleh Keahlian Keuangan Komite Audit Dan Gender Pada Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia

Juvin Setyarini¹, Theresia Trisanti², Miswanto³

¹*Akuntansi, STIE YKPN, Seturan,, Yogyakarta, Indonesia*
E-mail: juvin.adida@gmail.com

²*Akuntansi, STIE YKPN, Seturan, Yogyakarta, Indonesia*
E-mail: theresia@stieykpn.ac.id

³*Manajemen STIE YKPN, Seturan, Yogyakarta, Indonesia*
E-mail: miswanto.ykpn@gmail.com

Abstract— The purpose of this study was to examine the effect of managerial ability and managerial ownership on the earnings quality moderated by the audit committee's financial expertise and gender. The sampling technique uses conventional banking purposive sampling for the period 2014-2018. The approach used is panel data regression. The results showed that managerial ability has a negative and significant effect on the earnings quality, managerial ownership has a positive effect on the earnings quality, financial expertise of the audit committee positively moderated the influence of managerial ability on the earnings quality, financial expertise of the audit committee did not moderate the effect of managerial ownership on earnings quality; gender positively moderates the effect of managerial ability on the earnings quality; and gender does not moderate the effect of managerial ownership on the earnings quality.

Keywords— *Managerial ability, managerial ownership, audit committee financial expertise, gender, earnings quality*

Abstrak — Tujuan penelitian ini untuk menguji pengaruh kecakapan manajerial dan kepemilikan manajerial terhadap kualitas laba yang dimoderasi oleh keahlian keuangan komite audit dan keragaman. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* perbankan konvensional periode 2014-2018. Pendekatan yang digunakan adalah regresi data panel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kecakapan manajerial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kualitas laba, kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap kualitas laba, keahlian keuangan komite audit memoderasi secara positif pengaruh kecakapan manajerial terhadap kualitas laba manajerial terhadap kualitas laba; gender memoderasi secara positif pengaruh kecakapan manajerial terhadap kualitas laba; dan gender tidak memoderasi pengaruh kepemilikan manajerial terhadap kualitas laba.

Kata kunci— *Kecakapan manajerial, kepemilikan manajerial, keahlian keuangan komite audit, gender, kualitas laba*

NCAB 7_113

A Technology Acceptance Model (TAM): Penerimaan Teknologi Terhadap Mahasiswa dan Dosen Dalam Pembelajaran E-learning

Mochammad Khoiruddin

*Program Studi Magister Manajemen, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta,
Jalan Brawijaya, Yogyakarta, 55183, Indonesia*

E-mail: erensj9@gmail.com

Abstract: Studi ini bertujuan untuk meneliti dan mencari hubungan antara penerimaan teknologi dan keinginan dari dosen atau mahasiswa dalam menggunakan sistem pembelajaran online dalam lingkup Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, hasil dari penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan sistem e-learning yang sudah ada menjadi lebih dapat diterima dan di aplikasikan dalam pembelajaran setiap hari. Teknik pengumpulan data menggunakan *random sampling* di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, untuk target penelitian merupakan dosen dan mahasiswa aktif di universitas.

Kata Kunci: *Teknologi, Pembangunan, Pembelajaran, Teknolog Informasi*

Abstarct: This study aims to examine and explore the relationship between technology acceptance and the desire of lecturers or students in using online learning systems within the scope of Yogyakarta Muhammadiyah University, the results of this study aim to develop existing e-learning systems so that they are more acceptable and more applicable in learning every day. Data collection techniques using random sampling at the University of Muhammadiyah Yogyakarta, to target research are lecturers and active students in tertiary institutions.

Keywords: *Technology, Development, Learning, Information Technology*

NCAB 7_II4

Efek Moderasi *Entrepreneurship Education* pada Hubungan *Creativity, Attitude Toward Entrepreneurship, Subjective Norm, Perceived Behavioral Control*, dan *Entrepreneurial Intention*

Ignasia Christiyani Kore¹, Wisnu Prajogo²

Magister Manajemen, STIE YKPN Yogyakarta, Jl. Seturan Raya, Caturtunggal, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55281

E-mail: christin.kore@gmail.com

Abstract— This study examines the moderating effect of entrepreneurship education moderation on the relationship of creativity, attitude toward entrepreneurship, subjective norm, perceived behavioral control and entrepreneurial intention. Participants of this study are people aged more than 17 years who have and have never participated in entrepreneurship education. A total of 154 responses were used to test the proposed hypothesis. The results showed that creativity has positive effect on attitude toward entrepreneurship, subjective norm and perceived behavioral control. In addition, attitude toward entrepreneurship and perceived behavioral control have positive effect on entrepreneurial intention. However, no significant effect was found between subjective norm and entrepreneurial intention. Other findings in this study are entrepreneurship education that positively moderates the relationship of creativity, attitude toward entrepreneurship, subjective norm, perceived behavioral control and entrepreneurial intention. An interesting result in this study is the existence of moderating effect of entrepreneurship education. The relationship among variables are stronger for respondents who have attended entrepreneurship education. The results of this study indicate that entrepreneurship education has an important role in increasing one's intention to become entrepreneurs.

Keywords— *Creativity, attitude toward entrepreneurship, subjective norm, perceived behavioral control, entrepreneurial intention, entrepreneurship education*

Abstrak— Penelitian ini menguji efek moderasi entrepreneurship education pada hubungan creativity, attitude toward entrepreneurship, subjective norm, perceived behavioral control dan entrepreneurial intention. Responden dalam penelitian ini adalah masyarakat umum dengan umur lebih dari 17 tahun yang pernah dan belum pernah mengikuti entrepreneurship education. Sebanyak 154 tanggapan digunakan untuk menguji hipotesis yang diajukan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa creativity berpengaruh positif pada attitude toward entrepreneurship, subjective norm dan perceived behavioral control. Selain itu, attitude toward entrepreneurship dan perceived behavioral control berpengaruh positif pada entrepreneurial intention. Akan tetapi, tidak ditemukan pengaruh yang signifikan antara subjective norm dan entrepreneurial intention. Penemuan lain dalam penelitian ini adalah entrepreneurship education memoderasi secara positif hubungan creativity, attitude toward entrepreneurship, subjective norm, perceived behavioral control dan entrepreneurial intention. Hasil yang menarik dalam penelitian ini adalah didukungnya efek moderasi entrepreneurship education. Hubungan antar variable lebih kuat pada responden yang pernah mengikuti entrepreneurship education dibandingkan dengan responden yang belum pernah mengikuti entrepreneurship education. Hasil dari penelitian ini mengindikasikan bahwa entrepreneurship education mempunyai peranan penting dalam meningkatkan niat seseorang untuk berwirausaha.

Kata kunci— *Creativity, attitude toward entrepreneurship, subjective norm, perceived behavioral control, entrepreneurial intention, entrepreneurship education*

PEMASARAN

NCAB 7_010
SMEs Brand Promoting

Amal Ribhan Alhas

*Departement of Management, Islamic University of Indonesia, Special Region of Yogyakarta,
Indonesia
E-mail:amalribhan11@gmail.com*

Abstract—AF Consulting offers a Brand Promoting service to provide SMEs effective solutions related to Digital Marketing. AF Consulting is a Startup company founded by 2 experts in Marketing and Strategy. In addition, the Manager and Consulting used to work as analysts and researchers and they are well-experienced in content writing and SEO. With such qualification, the quality of the Brand Promoting services offered by AF Consulting is guaranteed. AF Consulting concentrates on providing services for SMEs in the Special Region of Yogyakarta. Besides the strong potential of SMEs in DI Yogyakarta, the market was determined since many SMEs in Yogyakarta have annual turnover of over 20 millions, making them capable of using the Brand Promoting services. AF Consulting is a Digital Marketing Agency established in Special Region of Yogyakarta. AF Consulting offers lower price with shorter time to complete a project. AF Consulting does not stick on the use of certain keywords and it only focuses on the branding using SEO tools. Whereas, other competitors offer too many Digital Marketing services. AF Consulting continues to focus on SEO because AF Consulting wants to become a major SEO expert in Indonesia. AF Consulting has targeted 0.13% of the total number of SMEs, or 135 SMEs to use its service by the 5th year. The number of SMEs targeted to be regular customers is projected to give profit of 644,123,404,- IDR. Regarding those potentials, AF Consulting is feasible to be established since it will be able to generate large profits.

Keywords— **Brand Promoting; Digital;SEO; Marketing**

Abstrak—Perlu ditawarkan suatu bisnis/jasa Brand Promoting yang mampu memberikan solusi yang tepat dan dibutuhkan oleh UKM. Hal ini dapat dilakukan oleh AF Consulting. AF Consulting merupakan perusahaan Startup yang didirikan oleh 2 orang yang memiliki konsentrasi di bidang Pemasaran dan Strategi. Selain itu, Manager dan Consulting yang pernah bekerja sebagai analis dan peneliti, juga berpengalaman menulis konten dan SEO, sehingga mendukung pada layanan jasa Brand Promoting yang ditawarkan. Segmentasi pasar dari AF Consulting adalah UKM di Provinsi DI Yogyakarta. Selain potensi UKM yang besar di DI Yogyakarta, penentuan pasar juga didasari pada kemampuan UKM yang telah mampu memiliki omset pertahun diatas 20 juta. Sehingga tidak akan memberatkan UKM untuk menggunakan layanan jasa Brand Promoting. AF Consulting merupakan salah satu dari sekian banyak Digital Marketing Agency yang berdiri di Provinsi DI Yogyakarta. Akan tetapi, AF Consulting memiliki perbedaan dengan para pesaingnya. AF Consulting memiliki keunggulan pada penawaran harga yang lebih rendah ke pelanggan dengan sistem pengerjaan proyek yang singkat. Hal tersebut dikarenakan jasa layanan Brand Promoting tidak mematok penggunaan kata kunci dan hanya berfokus mengangkat brand suatu produk menggunakan sarana SEO. Jika dibandingkan dengan para pesaing yang memiliki pilihan produk layanan Digital Marketing yang banyak. AF Consulting tetap untuk memfokuskan pada SEO karena AF Consulting ingin menjadi pemain SEO utama di Indonesia. AF Consulting menargetkan 0,13% dari jumlah UKM atau sebanyak 135 UKM sebagai pengguna jasanya pada tahun ke-5. Berdasarkan jumlah UKM yang ditarget menjadi pelanggan saja, proyeksi keuntungan yang diperoleh oleh AF Consulting dalam 5 tahun sudah mencapai EAT sebesar Rp 644,123,404,- Dengan demikian, perusahaan AF Consulting layak untuk didirikan karena mampu menghasilkan keuntungan yang signifikan.

Kata kunci— **Brand Promoting; UKM; Digital; SEO; Pemasaran**

NCAB 7_088

Inovasi Produk dan Orientasi Pasar dalam Menciptakan Keunggulan Kompetitif dan Performansi UMKM: Model Konseptual

Anastasia Puspita Sari¹, Tulus Haryono²

¹Faculty of Economics and Business, Sebalas Maret University, Surakarta, Indonesia
E-mail: anastasia.aps@gmail.com

²Faculty of Economics and Business, Sebelas Maret University, Surakarta, Indonesia
E-mail: tulus_fe_uns@yahoo.com

Abstract— SMEs have an important role in improving the economy in Indonesia. MSMEs have contributed to the National GDP of 60% in 2017. Therefore it is important that MSMEs can continue to compete with other companies. Like other companies, MSMEs must identify, understand and fulfill the expectations of their customers in order to survive in business competition. Appropriate product / service innovation and market orientation are expected to enhance MSME competitiveness. Product innovation by the company must be supported by appropriate marketing strategies. To implement the right marketing strategy, companies must identify their potential markets. Thus, this paper aims to propose a conceptual framework between innovation from MSME products / services and also market orientation towards MSME competitive advantages.

Keywords— Product Innovation; Market Orientation; MSMEs' Competitive Advantage

Abstrak— UMKM memiliki peran yang penting dalam meningkatkan perekonomian di Indonesia. UMKM memiliki kontribusi terhadap PDB Nasional sebesar 60% pada tahun 2017. Oleh karenanya penting bagi UMKM untuk terus dapat bersaing dengan perusahaan-perusahaan lainnya. Seperti perusahaan lainnya, UMKM harus mengidentifikasi, memahami, dan memenuhi harapan pelanggan mereka agar dapat bertahan dalam persaingan bisnis. Inovasi produk / layanan serta orientasi pasar yang tepat diduga akan meningkatkan daya saing UMKM. Inovasi produk yang dilakukan perusahaan harus didukung juga dengan strategi pemasaran yang tepat. Untuk menerapkan strategi pemasaran yang tepat, maka perusahaan harus mengidentifikasi pasar potensial mereka. Dengan demikian makalah ini bertujuan untuk mengusulkan kerangka konseptual antara inovasi dari produk / layanan UMKM dan juga orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing UMKM.

Kata kunci— Inovasi Produk; Orientasi Pasar; Keunggulan bersaing UMKM

NCAB 7_063

Efektivitas Promosi Kesehatan dalam Mencegah Tuberkulosis Paru di Dinas Kesehatan Kabupaten Bangka

Arisca Belliani¹, Nuryakin², Arni Surwanti³

¹*Program Studi Magister Manajemen, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Jalan Brawijaya, Yogyakarta, 55183, Indonesia*
E-mail: ariscabelliani08@gmail.com

²*Program Studi Magister Manajemen, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Jalan Brawijaya, Yogyakarta, 55183, Indonesia*
E-mail: nuryakin@umy.ac.id

³*Program Studi Magister Manajemen, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Jalan Brawijaya, Yogyakarta, 55183, Indonesia*
E-mail: arni.umy@gmail.com

Abstract— Mycobacterium Tuberculosis is a major cause of Tuberculosis (TB), which spreads germs from one person to another through an airborne agent when the patient coughs, removes saliva or sneezes. Tuberculosis is one of the 10 diseases that cause the death of people throughout the world. In 2017, Indonesia was among the 30 countries that had the highest Tuberculosis cases. One way to prevent Tuberculosis is to use health promotion, namely by using advertising, public relations and publicity methods, social media marketing and online and personal selling to control and improve public health. This study aims to determine the effectiveness of health promotion in preventing pulmonary tuberculosis. This study used a qualitative descriptive method by conducting in-depth interviews with the Department of Health in the Prevention and Control of Communicable Diseases.

Keywords: Health promotion; Tuberculosis; Advertising; Public Relation and Publicity; Social media marketing and online; Personal selling

Abstrak—Mycobacterium Tuberculosis adalah penyebab utama penyakit Tuberkulosis (TB), yang menyebarkan kuman dari satu orang ke orang lain lewat perantara udara saat penderita tersebut batuk, membuang ludah ataupun bersin. Tuberkulosis adalah salah satu dari 10 penyakit yang menyebabkan kematian orang-orang yang ada di seluruh dunia. Pada tahun 2017, Indonesia termasuk ke dalam 30 negara yang memiliki kasus Tuberkulosis tertinggi. Salah satu cara dalam mencegah penyakit Tuberkulosis adalah dengan menggunakan promosi kesehatan, yaitu dengan menggunakan metode periklanan, hubungan masyarakat dan publisitas, pemasaran media sosial dan online serta personal selling untuk mengontrol dan meningkatkan kesehatan masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektivitas promosi kesehatan dalam mencegah Tuberkulosis paru. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan melakukan wawancara mendalam kepada pihak Dinas Kesehatan di bagian Pencegahan dan Pengendalian Penyakit Menular.

Kata Kunci: Promosi Kesehatan; Tuberkulosis; Periklanan; Hubungan masyarakat dan publisitas; Pemasaran media sosial dan Online; Penjualan secara pribadi.

NCAB 7_043

Komunikasi Media Sosial, Online Review Youtube, Sikap Merek, Dan Minat Beli Produk Fashion

Cahya Arda Kusuma

Fakultas Bisnis dan Ekonomi, Universitas Islam Indonesia

Email: arda.hazard@gmail.com

Abstrak— Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh komunikasi media sosial terhadap sikap merek, *online review youtube* terhadap sikap merek, komunikasi media sosial terhadap minat beli produk fashion, *online review youtube* terhadap minat beli produk fashion, dan sikap merek terhadap minat beli produk fashion. Populasi penelitian ini adalah semua pengguna media sosial yang berminat membeli produk fashion di seluruh Indonesia. Jumlah sampel 206 responden yang diambil dengan menggunakan teknik *non probability* dengan metode *convenience sampling* yaitu pengambilan sampel berdasarkan kemudahan. Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian kuantitatif dan jenis data adalah data primer yang langsung berasal dari survei penyebaran kuesioner. Data yang dikumpulkan dianalisa dengan *Structural Equation Model* (SEM) menggunakan komputer dengan bantuan software AMOS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap merek. *Online review youtube* berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap merek. Komunikasi media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk fashion, *Online review youtube* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk fashion, dan sikap merek berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli produk fashion.

Kata kunci: Komunikasi Media Sosial, *Online Review Youtube*, Sikap Merek, Minat Beli.

NCAB 7_018

Komunikasi dan Perilaku Nasabah Asuransi Jiwa di BNI Life Insurance Kantor Cabang Magelang

Desya Amalia

Universitas Islam Indonesia

E-mail: desyaamalia17@gmail.com

Abstrak— Setiap orang dalam perjalanan hidupnya pasti menghadapi resiko dan ketidakpastian yang mungkin akan terjadi dimasa mendatang. Resiko merupakan bagian yang tidak terpisahkan dalam kehidupan, karena segala aktivitas pasti mengandung resiko. Meminimalisir resiko yang kemungkinan akan terjadi di masa mendatang adalah dengan cara melimpahkan kepada pihak lain dengan jalan bergabung dan menjadi nasabah asuransi jiwa. Dengan adanya asuransi jiwa, maka dapat menanggulangi resiko-resiko yang ada kepada perusahaan asuransi sebagai upaya untuk memperkecil atau meminimalisir dampak resiko yang terjadi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh komunikasi terhadap sikap, kepercayaan, sikap, minat, perilaku dan *perceived behavioral control* (PBC) terhadap minat dan perilaku nasabah dalam berasuransi di BNI Life Insurance. Populasi penelitian ini adalah para nasabah Bank BNI di wilayah Kota Magelang. Sampel diambil dengan survei adalah bagi para nasabah Bank BNI yang belum dan sudah mempunyai polis asuransi jiwa di BNI Life Insurance di Kota Magelang yang berjumlah 200 responden. Pengambilan sampel menggunakan teknik non probability dengan metode *purposive sampling* dan model penelitian akan dianalisa dengan menggunakan *Structural Equation Model* (SEM), dengan menggunakan bantuan software AMOS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap dan kepercayaan, sikap dan kepercayaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat, *perceived behavioral control* (PBC) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat dan perilaku, minat berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku nasabah dalam pembelian asuransi jiwa BNI Life Insurance.

Kata kunci— Komunikasi, Sikap, Kepercayaan, *Perceived Behavioral Control* (PBC), Minat, Perilaku.

Abstract — *Risk and uncertainty are absolute obstacles that might be experienced by everyone in the future. Risk cannot be separated from ones life since every activity is followed by risks. One way to minimize the risk that might occur in the future is by purchasing life insurance. Life insurance company covers the risks, minimizing the impact of the risks. This research investigated and analyzed the influence of communication on attitude, belief, intention, behaviour and the influence of perceived behavioural control (PBC) on the clients' intention to purchase insurance products from BNI Life Insurance. The population of this research included all clients of BNI Bank in Magelang City. There were 200 clients of BNI Bank who did not have insurance policy and who already have insurance policy selected through a survey. Samples were selected using non probability technique in the form of purposive sampling method. The model proposed in this research was analyzed using the Structural Equation Model (SEM) using AMOS software. The results of this research showed that communication had positive and significant influence on attitude and belief. Meanwhile, attitude and belief had positive yet insignificant influence on intention. Further, perceived behavioural control (PBC) was found to have a positive and significant influence on intention and attitude. Whereas, intention positively and significantly influenced clients' attitude in purchasing life insurance from BNI Life Insurance.*

Keywords— *Communication, Attitude, Belief, Perceived Behavioral Control (PBC), Intention, Behavior.*

NCAB 7_086

Peran Kemudahan Layanan dan Ketepatan Waktu pada Sektor Perbankan

Edy Bambang Wibowo

Program Pascasarjana Magister Manajemen, Universitas Sebelas Maret, Surakarta

Email: edybambangwibowo@yahoo.co.id

Abstrak— Kepuasan nasabah adalah salah satu variabel yang substansial dalam sektor perbankan. Variabel ini masih menarik untuk diteliti sejalan dengan semakin ketatnya persaingan pada sektor perbankan. Dalam praktiknya setiap perusahaan perbankan memiliki metode masing-masing dalam mengukur tingkat kepuasan pelanggannya. Metode tersebut disesuaikan dengan kebutuhan, layanan, dan kondisi masing-masing perbankan. Artikel ini menawarkan desain model konseptual dan preposisi penelitian untuk memotret perilaku konsumen khususnya kepuasan nasabah yang didorong oleh kemudahan layanan dan ketepatan waktu. Proposisi dan model konseptual yang diusulkan merupakan pengembangan dari model yang digunakan perusahaan dan dipadukan dengan berbagai literatur akademik yang relevan. Diharapkan artikel ini dapat memberikan wawasan dan arahan secara praktis bagi manajer sektor perbankan serta berpotensi untuk menjadi dasar penelitian empiris di masa depan.

Kata Kunci: Perilaku Konsumen; Kepuasan; Jasa keuangan; Perbankan.

Abstract — Customer satisfaction is one of the most substantial variables in banking sector. This variable is still interesting to be studied along with the tight competition in banking sector. In practice, every bank has its methods in assessing customer satisfaction. Those methods are aligned with the bank's needs, service, and circumstances. This paper offers conceptual model design and several research preposition to portray consumer behavior, especially customer satisfaction that is driven by the service convenience and time punctuality. The proposed model and prepositions are a development from the construct that is applied by the bank combined with various relevant academic literature. This study is expected to provide insights and practical guidance for the managers as well as give a foundation for empirical studies in the future.

Keywords: Consumer behavior; satisfaction; financial services; Banking sector.

NCAB 7_012

Peningkatan *Marketing Performance* Berbasis *Islamic Differentiation Advantage: A Conceptual Review*

Firdaus¹, Budhi Cahyono²

^{1,2}Magister Manajemen, Universitas Islam Sultan Agung Semarang, Indonesia

¹Email: firdausmm@std.unissula.ac.id

²Email: budhicahyono@unissula.ac.id

Abstrak— Dalam meningkatkan kinerja pemasaran diperlukan sebuah strategi yang tepat untuk memenangkan persaingan pasar yang sangat dinamis. Memasuki era revolusi 4.0 yang ditandai dengan adanya perkembangan teknologi yang sangat pesat tentu membuat para pelaku bisnis harus berfikir cerdas agar mampu menggunakan peluang yang ada, salah satu peluang yang sangat besar bagi para pelaku bisnis adalah adanya issue global terkait produk halal global dengan selalu mengedepankan nilai-nilai islam dalam membuat sebuah produk tentu akan menjadikan perusahaan memiliki daya saing yang tinggi dimata masyarakat. Tujuan penelitian ini untuk meneliti dampak adanya *islamic differentiation advantage* terhadap kinerja pemasaran UKM makanan kota Semarang. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan kriteria sampel seluruh pelaku UKM makanan kota Semarang yang terdaftar dalam sistem Dinas Koperasi dan UKM kota Semarang. Teknik pengambilan sampel menggunakan non probability sampling dengan metode yang digunakan adalah purposive sampling dengan structural equation modeling dengan aplikasi AMOS 23 sebagai alat analisis data.

Kata Kunci: *Product Innovativeness, Islamic Differentiation Advantage And Marketing Performance.*

NCAB 7_056

Determinan Niat Perilaku Menggunakan Bandara Internasional (Studi Kasus Bandara Internasional Soekarno Hatta)

Fitra Hariadi

Universitas Islam Indonesia

E-mail: fitrataf@gmail.com

Abstrak— Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh servicescape dan manfaat kepercayaan yang mempengaruhi kepuasan penumpang, Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepuasan penumpang terhadap citra bandara, Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh citra bandara terhadap niat perilaku. Populasi dalam penelitian ini adalah semua orang di Jakarta. Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sebagian masyarakat di Jakarta yang berjumlah 250 orang. Sampel dikumpulkan menggunakan *google fom*. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode PLS. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa servicescape dan manfaat kepercayaan berpengaruh positif terhadap kepuasan penumpang, kepuasan penumpang berpengaruh positif terhadap citra bandara, citra bandara berpengaruh positif terhadap niat perilaku.

Kata kunci: *servicescape*, manfaat kepercayaan, kepuasan penumpang, citra bandara, niat perilaku

Abstract — *The purpose of this study is to determine and analyze the effect of servicescape and the benefits of trust that affect passenger satisfaction, To find out and analyze the effect of passenger satisfaction on the image of the airport, To find out and analyze the effect of airport images on behavioral intentions. The population in this study is everyone in Jakarta . The sample taken in this study was a portion of the community in Jakarta, amounting to 250 people. Samples were collected using Google fom. Analysis of the data in this study using the PLS method. The results of this study prove that servicescape and the benefits of trust have a positive effect on passenger satisfaction, passenger satisfaction has a positive effect on airport image, airport image has a positive effect on behavioral intentions.*

Keywords: *servicescape, the benefits of trust, emotional responses, passenger satisfaction, airport images, behavioral intentions*

NCAB 7_001

Pengaruh *Heritage Image*, *Destination Image*, *Experiential Quality* Dalam Mempengaruhi *Behavioral* *Intentions* Wisatawan di Pantai Kuta Mandalika Lombok

Harbyanto Junarta

Program Studi Magister Manajemen, Pascasarjana, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
E-mail: harbyanto_junarta94@gmail.com

Abstract— The tourism industry as an important element in foreign exchange income for a country. In international tourism, every country endeavor to increases their potential tourism. Culture, destination image, and the tourist experience quality are become the important factors in influencing the behavioral intention of tourists to revisit and recommend the tourism destination to others. The research is conducted to examine the heritage images influence models, destination images, experiential quality in influencing the behavioral intentions of tourists in Kuta Mandalika beach Lombok. Kuta Mandalika Lombok beach is the object of this research, while the subjects of the study are foreign tourists. The Sampling is done by purposive sampling technique. The data analysis is using Structural Equation Modeling with AMOS as an analysis tool. The results of this study are expected to be utilized properly, especially in the tourism industry in each region of the country.

Keywords— heritage image; destination image; experiential quality; behavioral intentions.

Abstrak— Mengingat Industri pariwisata merupakan elemen penting dalam pemasukan devisa sebuah negara. Dalam pariwisata internasional setiap negara meningkatkan potensi wisata yang dimiliki. Budaya, citra destinasi, dan kualitas pengalaman wisatawan merupakan faktor penting dalam mempengaruhi niat perilaku wisatawan untuk berkunjung kembali dan merekomendasikan kepada orang lain. Adapun penelitian ini dilakukan untuk menguji model pengaruh heritage image, destination image, experiential quality dalam mempengaruhi behavioral intentions wisatawan di pantai Kuta Mandalika Lombok. Obyek dalam penelitian ini adalah pantai Kuta Mandalika Lombok, sedangkan subyek dari penelitian ini adalah wisatawan mancanegara. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik purposive sampling. Teknik analisis data menggunakan Structural Equation Modeling dengan AMOS sebagai alat analisis. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan sebagaimana mestinya, terkhusus dalam industri pariwisata setiap daerah suatu negara.

Kata kunci— heritage image; destination image; experiential quality; behavioral intentions.

NCAB 7_038

Pengaruh Kualitas Layanan dan *Customer Relationship Management* terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah: Studi pada nasabah UMKM PD BPR Bank Bantul

Heri Sutanto

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

E-mail: heri.sutanto77@gmail.com

Abstract— This study aims to analysing and describing the effects of the service quality and customer relationship management at PD BPR Bank Bantul on the customer satisfaction and loyalty. The object of this study is PD BPR Bank Bantul, while the subjects of the study are customer taking the MSMEs credit offered by the Bank. Method of analysis used in this study was *Structural Equation Modelling* (SEM) with the help of AMOS program. The number of respondents was 200, taken using purposive sampling. The criteria for the sampling are as follows: the respondents are the taking the MSMEs credit at PD BPR Bank Bantul, resides in Bantul Regency, and are individual/personal instead of institutional customer. Data were collected through questionnaire distributed directly to the respondents. Hypothesis of the study was that there were positive correlations between service quality and the customer satisfaction, between customer relationship management and the customer satisfaction, between service quality and the customer loyalty, between customer relationship management and the customer loyalty, and between the customer satisfaction and customer loyalty.

Keywords: *Service Quality, Customer Relationship Management, Customer Satisfaction, Customer Loyalty*

Abstrak— Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh kualitas layanan dan *customer relationship management* terhadap kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah PD BPR Bank Bantul. Objek dalam penelitian ini adalah PD BPR Bank Bantul, sedangkan subjek dalam penelitian ini adalah nasabah kredit UMKM pada BPR Bank Bantul. Penelitian ini menggunakan metode analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan bantuan program AMOS. Jumlah responden dalam penelitian ini ditetapkan 200 dengan menggunakan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*. Kriteria responden adalah nasabah kredit UMKM pada PD BPR Bank Bantul, berdomisili di wilayah Kabupaten Bantul dan merupakan nasabah perseorangan. Data didapatkan melalui kuesioner yang didistribusikan langsung kepada responden. Hipotesis penelitian ini adalah terdapat pengaruh positif antara kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah, terdapat pengaruh positif antara *customer relationship management* terhadap kepuasan nasabah, terdapat pengaruh positif antara kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah, terdapat pengaruh positif antara *customer relationship management* terhadap loyalitas nasabah, dan terdapat pengaruh positif antara kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah.

Kata Kunci: *Kualitas Layanan, Customer Relationship Management, Kepuasan Nasabah, Loyalitas Nasabah*

NCAB 7_007

Pengaruh Pemasaran Media Sosial Terhadap Minat Beli Produk Online dengan Manajemen Hubungan Pelanggan dan Ekuitas Merek sebagai Variabel Mediasi

Irba' Muhlas Sambodo

Fakultas Bisnis dan Ekonomi, Universitas Islam Indonesia Yogyakarta

Email: irba.adzkiya@gmail.com

Abstrak- Banyaknya penelitian dan artikel yang telah membahas isu-isu terkait pemasaran media sosial telah secara jelas menunjukkan perhatian yang cukup besar untuk fenomena tersebut selama beberapa tahun terakhir. Oleh karena itu, hal ini memberikan bukti kuat bahwa media sosial dan aplikasinya menjadi fokus perhatian bagi para praktisi dan peneliti. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menyelidiki dampak langsung dan tidak langsung dari kegiatan pemasaran media sosial pada minat pembelian konsumen dengan manajemen hubungan pelanggan dan ekuitas merek sebagai variabel mediasi. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan yang bersifat kuantitatif dan diujikan kepada mahasiswa S1 di Universitas Islam yang terdapat di Yogyakarta dengan jumlah sampel sebanyak 224 responden. Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan dari pemasaran media sosial, hubungan pelanggan dan ekuitas merek pada minat pembelian konsumen. Selain itu, model penelitian ini mengkonfirmasi adanya mediasi penuh hubungan pelanggan dan ekuitas merek dalam hubungan antara pemasaran media sosial dan minat beli konsumen. Berdasarkan temuan penelitian ini, penulis dapat merekomendasikan pada pemasar untuk secara penuh terlibat dalam kegiatan pemasaran media sosial untuk memberikan nilai lebih kepada pelanggan.

Kata Kunci: Pemasaran Media Sosial, Minat Beli, Manajemen Hubungan Pelanggan, Ekuitas Merek

NCAB 7_098

Brand Image, Dan E-Word of Mouth, Terhadap E-Money Link Aja

Adam Smeait
Universitas Islam Indonesia

Abstrak - Penelitian ini untuk menganalisis *brand image*, kepercayaan, *e-word of mouth*, kepuasan dan loyalitas terhadap Link Aja di Yogyakarta. Link Aja yang merupakan *e-money* yang baru di Indonesia yang terbentuk dari gabungan BUMN badan usaha milik negara Indonesia. Subjek dalam penelitian adalah masyarakat kota Yogyakarta yang menggunakan *e-money* Link Aja. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif dengan data primer. Sampel dalam penelitian ini menggunakan populasi dengan cara nonrandom dengan pengambilan sampel dengan cara *convenience*. Dalam penelitian ini pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner yang didistribusikan secara langsung kepada 200 responden, dan teknik analisis data menggunakan SEM AMOS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: *Brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan. E-WOM berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan. Kepercayaan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas. Kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas.

Kata Kunci : *Brand Image, E-Word Of Mouth, Kepercayaan, Kepuasan Dan Loyalitas*

NCAB 7_027

Pengaruh Brand Gender Terhadap Consumer Based Brand Equity: Consumer Engagement Sebagai Efek Mediasi Pada Konsumen Produk Skincare Merek The Ordinary Di Indonesia Melalui Instagram

Erghana Kanza Kirana¹, Lilik Wahyudi²

¹*Magister Manajemen, Universitas Sebelas Maret, Jalan Ir. Sutami 36 A, Surakarta, Indonesia*

Email: kanzakirana4@gmail.com¹

²*Magister Manajemen, Universitas Sebelas Maret, Jalan Ir. Sutami 36 A, Surakarta, Indonesia*²

Abstract: The aim of the study is to identify the effect of brand gender towards consumer-based brand equity mediated by consumer engagement on consumers of The Ordinary products in Indonesia. This research was conducted because of the development of the cosmetics and skincare market in Indonesia in recent years, so that more and more brands of skincare products from abroad are trying their luck in the Indonesian market. The sample of this study were 150 respondents with all respondents are female. Data analysis techniques in this study using SEM and this type of research was a survey, and data collection in this study using a questionnaire

Keywords: Brand Gender, Consumer Based Brand Equity, Consumer Engagement, The Ordinary

Abstrak: Tujuan dilakukan penelitian ini untuk mengidentifikasi adanya pengaruh brand gender terhadap consumer based brand equity yang dimediasi oleh oleh consumer engagement pada konsumen produk The Ordinary di Indonesia. Penelitian ini dilakukan karena berkembangnya pasar kosmetik dan skincare di Indonesia beberapa tahun terakhir, sehingga semakin banyak pula merek-merek produk skincare yang berasal dari luar negeri mencoba peruntungan di pasar Indonesia. Sampel penelitian ini sebanyak 150 responden dengan seluruh responden berjenis kelamin perempuan. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan SEM dan jenis penelitian ini merupakan penelitian survei, serta pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner.

Kata Kunci: Brand Gender, Consumer Based Brand Equity, Consumer Engagement, The Ordinary

NCAB 7_020

The Impact of Service Quality, Perceived Price, Brand Image towards Repurchase Intention through Trust and Satisfaction of Capsule Hotel's Online Booking Consumer

Kholida Hanum

Management, Univercity Islam Indonesia, Yogyakarta, 55283, Indonesia

Email: Kholida.hanum@gmail.com

Abstract- In this digital era, travelers tend to order their travelling hobby needs by online booking through application provided by smartphones. They consider convenience, price, and time in repurchasing hotel booking. Now, capsule hotel is being a trend for millennials to stay, as it provides modern facilities and affordable price. One of most visited cities by travelers is Bandung. Bandung has numbers of tourism destinations, and thus attracts many businessmen to put their investment in hotel. There are already some capsule hotels ready to book. The purpose of this research is to know the consumer's behavior in online repurchasing of capsule hotel booking, viewed from factors: service quality, perceived price, brand image, trust, and consumer satisfaction. This research has examined 200 respondents that book capsule hotel. The research is using quantitative method with assistance of AMOS 23 and SEM test application. The result shows that service quality, perceived price, and brand image affect consumer to repurchase online capsule hotel booking as trust and consumer satisfaction are able to mediate those factors.

Keywords- Service Quality, Perceived Price, Brand Image, Repurchase Intention, Trust, Consumer Satisfaction, Capsule Hotel.

Abstrak- Pada era digitalization ini, traveler cenderung memesan segala aktivitas hobi mereka hanya dengan aplikasi yang sudah tersedia di smartphone. Kenyamanan traveler dalam pembelian ulang hotel dengan mempertimbangkan kenyamanan, harga dan waktu. Hotel kapsul saat ini sedang menjadi trend bagi generasi milenial dimana tempat singgah dengan fasilitas yang modern dan harga yang sangat terjangkau. Salah satu kota yang banyak menjadi tujuan traveler adalah Bandung. Bandung mempunyai banyak tempat wisata sehingga para pengusaha investasi dalam bisnis hotel, dan sudah ada beberapa hotel kapsul yang sudah tersedia di Bandung. Tujuan dari penelitian ini agar mengetahui perilaku konsumen dalam melakukan pembelian ulang hotel kapsul secara online dari faktor kualitas jasa, *perceived price*, *brand image*, kepercayaan dan kepuasan pelanggan. Penelitian ini diujikan pada 200 responden yang telah menggunakan jasa hotel kapsul. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan alat analisis aplikasi AMOS 23 serta uji SEM (*Structural Equation Model*). Hasil dari penelitian menunjukkan kualitas jasa, *perceived price*, *brand image* mempengaruhi konsumen dalam pembelian ulang hotel kapsul secara online, dengan kepercayaan dan kepuasan pelanggan mampu memediasi faktor tersebut.

Kata Kunci- Kualitas Jasa., *Perceived Price.*, *Brand Image.*, Niat Pembelian Ulang., Kepercayaan., Kepuasan Konsumen, Hotel Kapsul.

NCAB 7_046

Analisis Pengaruh *Service Quality* dan *Attractiveness Alternatife* Terhadap Kepuasan Nasabah BCA KCP Singosaren

Khrisiana Yuni Saraswati¹, Ahmad Ikhwan Setiawan²

¹*Economic and Business Faculty, Universitas Sebelas Maret, Surakarta, Indonesia*
E-mail: nana.khrisiana@gmail.com

²*Economic and Business Faculty, Universitas Sebelas Maret, Surakarta, Indonesia*
E-mail: aikhwansse@gmail.com

Abstrak— Pertumbuhan dunia perbankan di Indonesia saat ini semakin berkembang. Hal ini ditandai dengan banyaknya berdiri bank bank swasta baik lokal maupun penanaman modal asing. Masing masing bank saling bersaing membuat strategi untuk meningkatkan kualitas layanan dengan memanfaatkan teknologi yang semakin berkembang. Tujuan utama dari semua itu adalah untuk menciptakan kepuasan nasabah dan menghindari nasabah berpindah ke bank lain sehingga bank dapat mempertahankan nasabah yang sudah ada dan mendapatkan nasabah baru, dan tujuan akhirnya adalah memperoleh profit setinggi-tingginya. terciptanya kepuasan nasabah, pada akhirnya dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya terjalin hubungan yang harmonis antara penyedia jasa atau bank dengan nasabah, terciptanya loyalitas nasabah dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word-of-mounth*) yang menguntungkan bagi bank tersebut. Artikel ini menawarkan desain model konseptual dan proposisi penelitian untuk memperluas pengetahuan terkait *service quality* dan kepuasan nasabah di perbankan. Proposisi dan model konseptual yang diusulkan dapat memberikan wawasan secara teoritis, memberi arahan potensial bagi para praktisi perbankan serta berpotensi untuk menjadi dasar penelitian selanjutnya di masa depan.

Kata kunci—*Service Qualiy, Tangible, Empathy, Responsiveness, Reliability, Assurance, Attractiveness Alternatife, Kepuasan Nasabah*

Abstract - The growth of the banking industry in Indonesia is currently growing. This is indicated by the number of standing private banks both local and foreign investment. Each bank competes with each other to develop strategies to improve service quality by utilizing increasingly evolving technology. The main purpose of all of this is to create customer satisfaction and avoid customers moving to other banks so that the bank can understand existing customers and get new customers, and the ultimate goal is to get the highest profit possible. The creation of customer satisfaction can ultimately provide several benefits, including establishing a harnonic relationship between the service provider or the bank with the customer, creating customer loyalty and forming a word-of-mouth recommendation that is beneficial for the said bank. This article offers a conceptual model design and research proposition to broaden knowledge related to service quality and customer excellence in banking. Proposed propositions and conceptual models can provide theoretical insights, provide potential opportunities for banking practitioners and have the potential to become the basis for further research in the future.

Kata kunci—*Service Qualiy, Tangible, Empathy, Responsiveness, Reliability, Assurance, Attractiveness Alternatife, Customer Satisfaction.*

NCAB 7_019

E-Wom, Online Review Youtube Dan Minat Beli Produk Hijab

Marisa Yuni Kharisma
Universitas Islam Indonesia,
E-mail: marisayunikharisma@gmail.com

Abstract: This research was conducted to investigate and analyze the influences of online Youtube review on brand attitude, electronic word of mouth on brand attitude, online Youtube review on purchase intention, and brand attitude on purchase intention of *Hijab* products. Research population were all female Muslim consumers who had interest in purchasing hijab products in the Special Regions of Yogyakarta. Purposive sampling was administered to select 222 respondents. Sampling was conducted using non-probability techniques and convenience sampling methods. A set of questionnaire that had been tested for its validity and reliability was distributed to collect primary data which were then analyzed using Structural Equation Model (SEM) using AMOS software in this quantitative research. This research showed that online review had a positive and significant influence on brand attitude. E-wom was also found to positively and significantly influenced brand attitude. Furthermore, online review was confirmed to have a positive and significant influence on purchase intention. Similarly, E-wom also had a positive and significant influence on purchase intention. Finally, the influence of brand attitude on the intention to purchase *Hijab* products was also found positive and significant.

Keywords: Online Review, Electronic Word of Mouth, Brand Attitude, Purchase Intention.

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh online review youtube terhadap sikap merek, electronic word of mouth terhadap sikap merek, online review youtube terhadap minat beli, electronic word of mouth terhadap minat beli, dan sikap merek terhadap minat beli pada produk Hijab. Populasi penelitian ini adalah semua konsumen muslim wanita yang berminat membeli produk hijab yang berada di Kabupaten dan Provinsi DIY. Pemilihan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode purposive sampling. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 222 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik non probability dengan metode convenience sampling yaitu pengambilan sampel berdasarkan kemudahan. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini berupa kuesioner yang sudah dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian kuantitatif dan jenis data adalah data primer yang langsung berasal dari survei penyebaran kuesioner. Dan model penelitian akan dianalisa dengan Structural Equation Model (SEM) menggunakan komputer dengan bantuan software AMOS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa online review berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap merek. E-wom berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap merek. Online review berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. E-wom berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Dan sikap merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pada produk Hijab.

Kata kunci: Online Review, Electronic Word of Mouth, Sikap Merek, Minat Beli.

NCAB 7_006

Pengaruh Pemasaran Media Sosial Terhadap Loyalitas Merek dengan Mediasi Kesadaran Merek dan Kesadaran Nilai

Mhd. Amin

Fakultas Bisnis dan Ekonomi, Universitas Islam Indonesia

Email: mhd.amin1111@gmail.com

Abstrak- Media sosial yang awalnya sebagai media untuk hiburan, sekarang tak jarang ditemukan beralih menjadi platform yang memudahkan individu untuk mencari informasi terkait produk atau merek. Penelitian yang mengangkat tema pemasaran media sosial sebelumnya telah banyak dilakukan di Negara maju namun tema penelitian yang mengangkat hubungan pemasaran media sosial terhadap loyalitas merek masih jarang dilakukan khususnya di Indonesia. Tujuan penelitian ini untuk menguji hubungan antara pemasaran media sosial terhadap loyalitas merek, kesadaran merek dan kesadaran nilai. Penelitian ini diujikan pada 320 mahasiswa sarjana dan pasca sarjana di Fakultas Ekonomi Universitas Islam yang terdapat di Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan alat analisis AMOS, dengan analisis data menggunakan *Structural Equation Model* (SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemasaran media sosial berpengaruh secara positif terhadap loyalitas merek, pemasaran media sosial juga berpengaruh secara positif terhadap kesadaran merek dan kesadaran nilai. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa kesadaran merek dan kesadaran nilai mampu memediasi hubungan antara pemasaran media sosial dengan loyalitas merek. Keterbatasan penelitian, penelitian ini bersifat *Cross-Sectional-Study*, di mana hasil penelitian ini tidak dapat menggambarkan dinamikan atau perubahan aktivitas pemasaran media sosial, kemudian penelitian ini hanya diujikan pada mahasiswa yang sedang melakukan studi perguruan tinggi di Yogyakarta. Rekomendasi bagi penelitian selanjutnya agar dapat menambahkan variabel-variabel lain yang berhubungan dengan pemasaran media sosial seperti peran *influencer*, *online review*.

Kata Kunci: Pemasaran Media Sosial, Kesadaran Merek, Kesadaran Nilai dan Loyalitas Merek.

NCAB 7_082

Perilaku Hidup Bersih dan Sehat dan Faktor Penentuannya dalam Keluarga di Desa Nomporejo Kabupaten Kulon Progo, Yogyakarta

Nafidlotul Sarofah¹, Siti Dyah Handayani², Nuryakin³

¹Program Studi Magister Manajemen, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Jalan Brawijaya, Yogyakarta, 55183, Indonesia
E-mail: nafidlotul@gmail.com

²Program Studi Magister Manajemen, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Jalan Brawijaya, Yogyakarta, 55183, Indonesia
E-mail: dyahhandayani2008@yahoo.com

³Program Studi Magister Manajemen, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Jalan Brawijaya, Yogyakarta, 55183, Indonesia
E-mail: nuryakin@umy.ac.id

Abstract: Disease prevention by reducing or eliminating risk factors can be done by applying PHBS (Clean and Healthy Life Protection). The percentage of households applying PHBS in 2018 in Yogyakarta is 45%. The percentage of healthy homes in Kulon Progo Regency in 2018 was 72.14%, namely 85,015 houses from 117,842 total houses in Kulon Progo Regency, this decreased compared to 2017 which was 72.52%. This study aims to determine the factors associated with clean and healthy living (PHBS) of families in Kulon Progo Regency, Yogyakarta. This research uses quantitative methods, the design of this study is observational analytic using cross-sectional research. The study population was all family heads living in Nomporejo Village and 153 sample was selected using simple random sampling. Data analysis using chi-square test.

Keywords: Behavior, Family, PHBS.

Abstrak : Pencegahan penyakit yang dilakukan dengan mengurangi atau menghilangkan faktor risiko dapat dilakukan dengan penerapan PHBS (Perilaku Hidup Bersih dan Sehat). Persentase rumah tangga yang menerapkan PHBS pada tahun 2018 di Yogyakarta sebanyak 45%. Persentase rumah sehat di Kabupaten Kulon Progo pada Tahun 2018 sebesar 72,14%, yaitu 85.015 rumah dari 117.842 rumah total di Kabupaten Kulon Progo, hal ini menurun dibanding Tahun 2017 yang sebesar 72,52%. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang berhubungan dengan perilaku hidup bersih dan sehat (PHBS) keluarga di Kabupaten Kulon Progo, Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, desain dalam penelitian ini analitik observasional dengan pendekatan cross-sectional. Populasi penelitian adalah semua kepala rumah tangga yang tinggal di Desa Nomporejo dan 153 sampel dipilih menggunakan simple random sampling. Analisis data menggunakan uji chi-square.

Kata kunci: Perilaku, Keluarga, PHBS

NCAB 7_059

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan, Kepuasan Dan Loyalitas Pasien Rawat Inap Di Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Gamping

Nurfitriani Badaun¹, Nuryakin², Susanto³

Program Studi Magister Manajemen, Program Pascasarjana, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
¹anibadaun1995@gmail.com, ²nuryakin@umy.ac.id, ³paksanto1@yahoo.com

Abstrak— Rumah sakit adalah salah satu lembaga layanan publik, memberikan layanan kesehatan kepada masyarakat. Pengalaman pasien pada layanan yang diterima dapat menjadi bahan evaluasi terkait kualitas layanan di rumah sakit dan dapat mempengaruhi penggunaan layanan secara teratur di masa depan. Kepercayaan pasien pada petugas kesehatan dapat meyakinkan pasien bahwa tenaga kesehatan peduli dengan pasien sehingga mereka merasa puas dengan layanan yang diberikan. Kepuasan pasien dalam layanan akan menciptakan loyalitas pasien pada rumah sakit. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepercayaan pasien, kepuasan pasien, dan loyalitas pasien di Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Gamping. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan cross sectional. Populasi adalah pasien dalam layanan rawat inap. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 200 yang diperoleh dengan metode purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan melalui survei menggunakan kuesioner dengan skala likert. Analisis data dilakukan dengan menggunakan AMOS-SEM (Structural Equation Modeling-Analysis of Moment Structural).

Kata kunci— *kualitas pelayanan, kepercayaan pasien, kepuasan pasien, loyalitas pasien.*

NCAB_049

Analisis Data *Attitude Toward Mobile Shopping* Dengan Teknologi *Blockchain*

Raditya Ferdianto¹, Olivia Fachrunnisa², Lutfi Nurcholis³

¹ Postgraduate Student at Dept. Of Management, Faculty Economics, Universitas Islam Sultan Agung
Email: radityaferdianto@std.unissula.ac.id

² Dept. Of Management, Faculty Economics, Universitas Islam Sultan Agung
Email: olivia.fachrunnisa@unissula.ac.id

³ Dept. Of Management, Faculty Economics, Universitas Islam Sultan Agung
Email: lutfinurcholis@unissula.ac.id

Abstract - M-Shopping is a new concept in online shopping transaction activities through cellular media and devices that are integrated with the internet. Mobile shopping is still classified in e-commerce, which is known as a means to communicate internet-based product or service. The proposed research concept is to develop blockchain technology to store and analyze data about consumer attitude toward mobile shopping. Blockchain is a system of recording data or encryption in digital books that cannot be changed its authenticity. Meanwhile, attitude toward mobile shopping is one's cognitive and affective assessment of likes or dislikes in mobile shopping. The use of blockchain in mobile shopping adds several advantages for platform owners and consumers because the blockchain offers decentralized data storage so as to reduce the direct costs of third party roles, transparent and high data security. In addition, data on the attitude toward mobile shopping users analyzed using the help of blockchain technology will make online business owners make marketing strategy decisions quickly and efficiently.

Keywords : *M-Shopping, Teknologi Blockchain, Attitude Toward Mobile Shopping*

Abstrak - M-Shopping merupakan konsep baru dalam kegiatan transaksi berbelanja secara online melalui media seluler maupun perangkat-perangkat yang terintegrasi dengan internet. Mobile Shopping masih tergolong dalam E-Commerce yang dikenal sebagai sarana untuk mengkomunikasikan produk atau layanan yang berbasis internet. Konsep penelitian yang diusulkan adalah mengembangkan teknologi Blockchain untuk menyimpan dan menganalisis data tentang sikap konsumen terhadap Mobile Shopping. Blockchain adalah sistem pencatatan data atau enkripsi di buku besar digital yang tidak dapat diubah keasliannya. Sedangkan, Attitude Toward Mobile Shopping adalah penilaian kognitif dan afektif seseorang terhadap suka atau tidak suka dalam Mobile Shopping. Penggunaan Blockchain menambah beberapa keuntungan bagi pihak pemilik platform maupun konsumen karena Blockchain menawarkan penyimpanan data yang terdesentralisasi sehingga dapat mengurangi biaya langsung dari peran pihak ketiga, transparan dan keamanan data yang tinggi. Selain itu, data sikap konsumen atau pengguna Mobile Shopping yang di analisis dengan menggunakan bantuan teknologi Blockchain akan membuat pemilik bisnis online membuat keputusan strategi pemasaran dengan cepat dan efisien.

Kata kunci : *M-Shopping, Teknologi Blockchain, Attitude Toward Mobile Shopping*

NCAB_029

Mengapa Mereka Kembali? Studi Konseptual pada Pengunjung Festival

Sabda Aji Kurniawan¹, Wisnu Untoro², Budhi Haryanto²

¹*Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sebelas Maret, Jl. Ir. Sutami No. 36 A, Pucangsawit, Surakarta, 57126, Indonesia*
E-mail: sabdaajikurniawan@student.uns.ac.id

²*Universitas Sebelas Maret, Jl. Ir. Sutami No. 36 A, Pucangsawit, Surakarta, 57126, Indonesia*
E-mail: wisnu.untoro@gmail.com or budhiharyanto@yahoo.com

Abstract— Since 2015, the Indonesian government has developed the Creative Economy (Ekraf) sector as a support for the country's economy by forming the Creative Economy Agency (Bekraf). Furthermore, Bekraf also determined 16 sub-sectors of the creative industries which were the focus of development, one of which was the performing arts or festival sector. Each year, the entertainment industry and festivals grow positively and a variety of festival alternatives create increased competition which impacts on the difficulty of convincing tourists to revisit in the future. Various stimuli and other variables can affect both directly, and indirectly the intention to revisit. Some previous literature studies affirm the quality of the festival is a stimulus factor that affects the intention to revisit. In addition, other factors that have an indirect impact are travel constraints. This article proposes a conceptual model and proportion of research to expand knowledge related to festival tourist behavior. The concept that was compiled in this study, adopted various variables from different sources so that it is expected to provide theoretical insights, both for practitioners in the field of event management and as a basis for further research in the future.

Keywords— festival; festival quality; travel constraints; revisit intention

Abstrak— Sejak tahun 2015, pemerintah Indonesia mengembangkan sektor Ekonomi Kreatif (Ekraf) sebagai penopang perekonomian negara dengan membentuk Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf). Selain itu, Bekraf juga menetapkan 16 subsektor dari industri kreatif yang menjadi fokus pengembangan, salah satunya adalah sektor seni pertunjukan atau festival. Setiap tahunnya, industri hiburan dan festival tumbuh positif dan beragam alternatif festival membuat persaingan meningkat yang berdampak pada kesulitan meyakinkan wisatawan untuk mengunjungi kembali di masa mendatang. Berbagai stimulus dalam festival dan variabel lainnya dapat berpengaruh baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap niat mengunjungi kembali. Beberapa studi literatur sebelumnya menyebutkan kualitas festival merupakan faktor stimulus yang berdampak pada niat mengunjungi kembali. Selain itu, faktor lainnya yang berdampak secara tidak langsung adalah kendala perjalanan berwisata. Artikel ini mengusulkan model konseptual dan proporsi penelitian untuk memperluas pengetahuan terkait perilaku wisatawan festival. Konsep yang disusun mengkompilasi berbagai variabel dari sumber yang berbeda sehingga diharapkan dapat memberikan wawasan secara teoritis, baik untuk praktisi di bidang event management maupun sebagai dasar penelitian selanjutnya di masa mendatang.

Kata kunci— festival; kualitas festival; kendala perjalanan berwisata; niat mengunjungi kembali

NCAB_064

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan dan Kepuasan Pasien BPJS Poliklinik Penyakit Dalam di Rumah Sakit Umum Queen Latifa

Safitri Puji Rahayu¹, Nuryakin², Arni Surwanti³

*Program Studi Magister Manajemen, Program Pascasarjana,
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta*

[1safitripujirahayu19@gmail.com](mailto:safitripujirahayu19@gmail.com) [2nuryakin@umy.ac.id](mailto:nuryakin@umy.ac.id) [3arni.umy@gmail.com](mailto:arni.umy@gmail.com)

Abstrak— In Indonesia, satisfaction with health services is still a problem that often occurs in the community, public health service facilities in the era of national health insurance (JKN) are still many weaknesses, this condition can be seen and judged by community safety considerations using BPJS. For this reason, hospitals need to improve the quality of services to continue working so as to increase patient confidence and satisfaction. Quality of service consists of five dimensions, namely tangible, responsive, reliability, guarantee, and empathy. The purpose of this study is to look at differences in service quality on the trust and satisfaction of BPJS patients. This type of research used in this study uses quantitative research using cross sectional. The number of samples in this study were 100 patients. The sampling technique used in this study uses non probability sampling techniques. The research instrument used was a questionnaire. The analysis used is the Structural Equation Model (SEM).

Kata kunci— Service quality, trust, patient satisfaction

Abstrak— Di Indonesia kepuasan terhadap pelayanan fasilitas kesehatan masih menjadi permasalahan yang sering di keluhkan oleh masyarakat, Fasilitas layanan kesehatan publik di era jaminan kesehatan nasional (JKN) masih banyak kelemahan, kondisi ini dapat di lihat dan di nilai dari banyaknya keluhan masyarakat pengguna BPJS. Untuk itu, rumah sakit perlu meningkatkan kualitas pelayanan untuk tetap berjalan efektif agar menimbulkan kepercayaan dan kepuasan pasien. Kualitas pelayanan terdiri atas lima dimensi yaitu tangible, responsiveness, reliability, assurance, dan empathy. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepercayaan dan kepuasan pasien BPJS. Jenis penelitian yang di gunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan cross sectional. Jumlah sampel pada penelitian ini berjumlah 100 pasien. Teknik pengambilan sampel yang di gunakan pada penelitian ini adalah menggunakan teknik non probability sampling. Instrumen penelitian yang digunakan adalah kuesioner. Analisis yang di gunakan adalah Structural Equation Model (SEM).

Kata kunci: Kualitas pelayanan, kepercayaan, kepuasan pasien.

NCAB_053

Why Millennials Hate Me?

Sulthan Misbahul Ghifaari¹, Budhi Haryanto²

¹*Economic and Business Faculty, Universitas Sebelas Maret, Surakarta, Indonesia*
E-mail: misbahulghifaari@gmail.com

²*Economic and Business Faculty, Universitas Sebelas Maret, Surakarta, Indonesia*
E-mail: budhiharyanto@yahoo.com

Abstract— *Traditional food is one of the most popular foods that millennials seldom have. Millennials consumption behaviour changes can be seen through the selection of fast food products compared to traditional foods. Their consumption behaviour leads to a brand hatred that is an extreme negative emotion towards a brand. The concepts and the construct in this study combine various variables from different sources so it is hoped to provide an alternative model that affects brand hatred towards traditional Indonesian food. Furthermore, in proportion we added the consumer hedonic lifestyle role as a moderate relationship between variables. Proportionally and the conceptual model offered are expected to provide theoretical knowledge and also can provide potential inputs for managers or practitioners in the culinary field and provide practical benefits to the implementation of marketing so that it is expected to be the basis for subsequent research.*

Keywords— *Brand Hate, Actual Self, ideal Self, Symbolic Incongruity, Hedonic lifestyle.*

Abstract—Makanan tradisional menjadi salah satu makanan yang mulai jarang disukai oleh generasi millennial. Perubahan perilaku konsumsi generasi millennial dapat dilihat melalui pemilihan produk makanan cepat saji dibanding dengan makanan tradisional. Perilaku konsumsi mereka mengarah kepada kebencian merk yang merupakan emosi negatif yang ekstrem terhadap suatu merk. Konsep dan konstruk dalam penelitian ini menggabungkan berbagai variabel dari sumber yang berbeda sehingga diharapkan memberikan alternatif model yang mempengaruhi kebencian merk terhadap makanan tradisional Indonesia. Selanjutnya dalam proporsi kami menambahkan peran gaya hidup hedonis konsumen sebagai pemoderasi hubungan antar variabel. Proporsisi dan model konseptual yang ditawarkan diharapkan mampu memberikan wawasan keilmuan secara teoritis dan sekaligus dapat memberikan masukan potensial bagi manajer atau praktisi di bidang kuliner serta memberikan manfaat praktis bagi pengimplementasian di bidang marketing sehingga diharapkan dapat menjadi dasar bagi penelitian berikutnya.

Kata Kunci— *Brand Hate, Actual Self, ideal Self, Symbolic Incongruity, Hedonic lifestyle.*

NCAB_040

Pengaruh Rasa Keterikatan Rumah Makan Terhadap Kepuasan, Kepercayaan Dan Niat Perilaku Pengunjung

Wira Hardinata Aji

Fakultas Bisnis dan Ekonomi, Universitas Islam Indonesia

Email: whiraajie@gmail.com

Abstrak- Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh rasa keterikatan rumah makan terhadap kepuasan, kepuasan terhadap kepercayaan, kepuasan terhadap niat perilaku, dan kepercayaan terhadap niat perilaku pengunjung pada rumah makan. Populasi penelitian ini adalah semua konsumen yang pernah mengunjungi rumah makan yang ada di wilayah propinsi Yogyakarta. Pemilihan sampel dalam penelitian ini sebanyak 226 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *non probability* dengan metode *convenience* sampling yaitu pengambilan sampel berdasarkan kemudahan. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini berupa kuesioner yang sudah dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian kuantitatif dan jenis data adalah data primer yang langsung berasal dari survei penyebaran kuesioner. Model penelitian akan dianalisa dengan *Structural Equation Model* (SEM) menggunakan komputer dengan bantuan software AMOS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keterikatan rumah makan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan. Kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan. Kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku, kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku.

Kata Kunci: Keterikatan Rumah Makan, Kepuasan, Kepercayaan, Niat Perilaku.

NCAB_021

Pengaruh Aktivitas Pemasaran Media Sosial Terhadap Kepercayaan Merek, Citra Merek Dan Loyalitas Merek

Wisnu Eko Ariwibowo

Fakultas Bisnis dan Ekonomi, Universitas Islam Indonesia
Email: ekowisnu683@gmail.com

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh aktivitas pemasaran media sosial pada kepercayaan merek, citra merek dan loyalitas merek. Selain itu, telah bertujuan untuk menganalisis pengaruh kepercayaan merek dan citra merek terhadap loyalitas merek dalam penelitian ini. Populasi penelitian terdiri dari konsumen yang secara aktif mengikuti lima platform jual beli online yaitu Tokopedia, Shopee, Bukalapak, Lazada, dan Blibli. dengan skor platform jual beli online tertinggi menurut data media sosial dengan menggunakan saluran komunikasi media sosial Facebook dan Instagram. Dalam penelitian ini, metode yang digunakan yaitu metode kuantitatif dan data penelitian telah diperoleh melalui kuesioner online yang dibagikan di media sosial dari 261 responden pengikut merek dengan menerapkan metode convenience sampling. Data yang diperoleh dianalisis dengan pemodelan persamaan struktural (SEM) dengan menggunakan aplikasi AMOS. Sebagai hasil dari analisis, Aktivitas pemasaran media sosial telah ditemukan sebagai faktor yang efektif pada kepercayaan, citra merek dan loyalitas merek. Selain itu, telah ditemukan bahwa kepercayaan merek dan citra merek memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas merek.

Kata Kunci: Aktivitas Pemasaran Media Sosial, Kepercayaan Merek, Citra Merek, dan Loyalitas Merek

NCAB 7_011

Pengaruh customer Satisfaction Terhadap E-Wom Dengan Variabel Mediasi Customer Comitment Pada Pengguna Aplikasi Gopay Di Yogyakarta

Valinda Carolina De Quelyu
Magister Manajemen Universitas Kristen Duta Wacana

Abstrak- Teknologi internet mengalami kemajuan dan pertumbuhan yang dapat memberikan sebuah dunia baru bagi masyarakat pada umumnya, dan dunia bisnis pada khususnya. Gopay saat ini menjadi bagian utama dari produk pelayanan dengan pembayaran digital yang terutama di Indonesia. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisa pengaruh Customer Satisfaction terhadap e-WOM pada pengguna aplikasi Gopay, untuk menganalisa pengaruh Customer Satisfaction terhadap komitmen pelanggan pada pengguna aplikasi Gopay, untuk menganalisa pengaruh komitmen pelanggan terhadap e-WOM pada pengguna aplikasi Gopay dan untuk melihat pengaruh variabel kontrol gender, kelas sosial dan pekerjaan pada model penelitian. Menggunakan disain penelitian survei dengan model berbentuk structural equation modeling, penelitian akan mengambil 200 orang sebagai sampel yang diambil dengan teknik pengambilan sampel purposive random sampling.

Kata Kunci: Pengaruh; E-Wom; Mediasi Customer Comitment; Pengguna; Gopay.

NCAB 7_028

Pengaruh *E-Service Quality*, *E-Satisfaction* dan *E-Trust* terhadap *E-Loyalty* dengan *Customer Perceived Value* sebagai Pemoderasi pada Situs Online Bukalapak

Muhammad Syarif Hanafi

*Program Studi Magister Manajemen, Program Pascasarjana, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
E-mail: muhammadsyarif520@gmail.com*

Abstract—This study aims to examine the effect of e-service quality, e-satisfaction and e-trust on e-loyalty with customer perceived value as moderating on the Bukalapak online site. The background of this study is based on the phenomenon that in 2019 Bukalapak experienced a number of decreases such as a decrease in the average number of website visitors and a significant decrease in revenue from the previous year. This research is quantitative research. Determination of the sample through a purposive sampling technique with measuring instruments using a questionnaire distributed to respondents. Data analysis was performed using the Structural Equation Modeling (SEM) approach using AMOS version 22. The assumption in this study is that e-service quality has a significant positive effect on e-satisfaction, e-service quality has a significant positive effect on e-trust, e-satisfaction has an effect significant positive effect on e-loyalty, e-trust has a significant positive effect on e-loyalty, customer perceived value is able to play a significant role as a moderator between e-satisfaction and e-loyalty, and customer perceived value is able to play a significant role as moderating between e-trust and e-loyalty.

Keywords: e-service quality, e-satisfaction, e-trust, e-loyalty, customer perceived value

Abstrak—Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *e-service quality*, *e-satisfaction* dan *e-trust* terhadap *e-loyalty* dengan *customer perceived value* sebagai pemoderasi pada situs online Bukalapak. Latar belakang penelitian ini berdasarkan fenomena bahwa pada tahun 2019 Bukalapak mengalami beberapa penurunan seperti penurunan rata-rata jumlah pengunjung website dan penurunan pendapatan yang cukup signifikan dari tahun sebelumnya. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penentuan sampel melalui teknik purposive sampling dengan alat ukur menggunakan dengan kuesioner yang didistribusikan kepada responden. Analisis data dilakukan dengan pendekatan Structural Equation Modeling (SEM) dengan menggunakan AMOS versi 22. Dugaan dalam penelitian ini yaitu *e-service quality* berpengaruh positif signifikan terhadap *e-satisfaction*, *e-service quality* berpengaruh positif signifikan terhadap *e-trust*, *e-satisfaction* berpengaruh positif signifikan terhadap *e-loyalty*, *e-trust* berpengaruh positif signifikan terhadap *e-loyalty*, *customer perceived value* mampu berperan signifikan sebagai pemoderasi antara *e-satisfaction* dan *e-loyalty*, serta *customer perceived value* mampu berperan signifikan sebagai pemoderasi antara *e-trust* dan *e-loyalty*.

Kata kunci: *e-service quality*, *e-satisfaction*, *e-trust*, *e-loyalty*, *customer perceived value*

NCAB 7_087

Pengaruh E-Service Quality, Kepercayaan Pelanggan, Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Shopee Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variable Mediasi

Dola Fitritha Raras Handayani

*Program Studi Magister Manajemen, Program Pascasarjana, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
E-mail: fitrithararas1603@gmail.com*

Abstract— The purpose of this study is to examine the effect of service quality, customer trust, brand image on customer loyalty and customer satisfaction on Shopee's online site. The background of this research is the phenomenon of Shopee's very significant growth since the company's inception. This research is quantitative research. Determination of the sample through a purposive sampling technique with a measuring instrument using a questionnaire given to respondents. Data analysis was performed by studying Structural Equation Modeling (SEM) using AMOS version 22. The assumption in this research is that e-positive service quality has a significant effect on customer satisfaction, customer trust in customer satisfaction, customer image on customer satisfaction, service quality on customer loyalty, customer trust on customer loyalty, brand image on customer loyalty, customer satisfaction on customer loyalty, customer satisfaction can increase the moderating significance between e-satisfaction and loyalty, customer satisfaction can be significant as a moderator between customer satisfaction and loyalty, and customer satisfaction is able to moderate significant between brand image and loyalty.

Keywords: e-service quality, trust, brand image, satisfaction, loyalty

Abstrak—Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh e-service quality, kepercayaan pelanggan, citra merek terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai pemoderasi pada situs online Shopee. Latar belakang penelitian ini berdasarkan pada fenomena pertumbuhan Shopee yang sangat signifikan sejak awal berdirinya perusahaan tersebut. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penentuan sampel melalui teknik purposive sampling dengan alat ukur menggunakan kuesioner yang didistribusikan kepada responden. Analisis data dilakukan dengan pendekatan Structural Equation Modeling (SEM) dengan menggunakan AMOS versi 22. Dugaan dalam penelitian ini yaitu e-service quality berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kepercayaan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan, citra merek terhadap kepuasan pelanggan, e-service quality terhadap loyalitas pelanggan, kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan mampu berperan signifikan sebagai pemoderasi antara e-satisfaction dan loyalitas, kepuasan pelanggan mampu berperan signifikan sebagai pemoderasi antara kepercayaan pelanggan dan loyalitas, serta kepuasan pelanggan mampu berperan signifikan sebagai pemoderasi antara citra merek dan loyalitas.

Kata kunci: e-service quality, kepercayaan, citra merek, kepuasan, loyalitas

NCAB 7_068

Blockchain Technology Implementation to Manage Customer Feedback

Firdaus Indra Kusuma, Olivia Fachrunnisa, Hendar

Postgraduate Student at Dept. Of Management, Faculty Economics, Universitas Islam Sultan Agung

Email: portgas_deddo@gmail.com

Dept. Of Management, Faculty Economics, Universitas Islam Sultan Agung

Email: olivia.fachrunnisa@unissula.ac.id

Abstract - Customer voice or customer feedback becomes one of the important resources in developing a marketing strategy for a product or service. Information technology and social media make it easy for customers to submit comments or feedback about experiences interacting with products or services, especially on the concept of mobile shopping. In addition to buying and selling goods and services, mobile commerce also includes payments through smartphones and tablets. The greater the risk perceived by customers in buying a service or product in online transactions, the more actively they look for and rely on comments or reviews from netizens to help make their decisions. However, this convenience is often used by competitors to provide negative reviews from fake accounts or automatic comments from paid robots. This study proposes the use of blockchain technology to combat fake accounts and fake comments in the customer feedback system. The proposed model adds several advantages for both m-commerce platform owners and consumers because the blockchain offers decentralized data storage so that it does not incur direct costs from third parties, as well as high transparency and data security. In addition, by using the blockchain comments made by netizens will be verified and there will be no comments from fake accounts. With data from customer feedback included in blockchain technology, online business owners can make decisions quickly and accurately.

Keywords - M-Commerce, Blockchain, Customer Feedback, Product Quality

Abstrak - Customer voice atau customer feedback menjadi salah satu sumber daya penting dalam menyusun strategi pemasaran sebuah produk atau jasa. Teknologi Informasi dan social media membuat kemudahan bagi customer untuk menyampaikan komentar atau feedback tentang pengalaman berinteraksi dengan produk atau jasa, terlebih lagi pada konsep mobile shopping. Selain pembelian dan penjualan barang dan jasa, mobile commerce juga meliputi pembayaran melalui smartphone dan tablet. Semakin besar resiko yang dirasakan pelanggan dalam membeli suatu jasa atau produk dalam transaksi online semakin aktif mereka mencari dan mengandalkan komentar atau review dari netizen untuk membantu mengambil keputusan mereka. Akan tetapi, kemudahan ini seringkali dimanfaatkan oleh pesaing untuk memberikan review negatif dari fake accounts atau automatic comment dari robot bayaran. Penelitian ini mengusulkan penggunaan teknologi blockchain untuk menanggulangi fake accounts dan fake comments dalam customer feedback system. Model yang diusulkan menambah beberapa keuntungan bagi pihak pemilik platform m-commerce maupun konsumen karena blockchain menawarkan penyimpanan data yang terdesentralisasi sehingga tidak menimbulkan biaya langsung dari pihak ketiga, dan juga transparansi dan keamanan data yang tinggi. Selain itu, dengan menggunakan blockchain maka komentar-komentar yang diberikan oleh netizen akan terverifikasi dan tidak akan ada komentar dari fake accounts. Dengan data dari customer feedback yang dimasukkan dalam teknologi blockchain membuat pemilik bisnis online dapat membuat keputusan dengan cepat dan tepat.

Kata Kunci — M-Commerce, Blockchain, Customer Feedback, Product Quality

NCAB 7_084

Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan, Kepercayaan, Dan Loyalitas Pada Nasabah Pengguna E- Banking Bca Yogyakarta

Nanda Zanuwar Irawan, S.Km
Program Pascasarjana Fakultas Ekonomi
Program Studi Magister Manajemen
Universitas Islam Indonesia

Abstrak-Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap e-banking terhadap kepuasan nasabah, kepercayaan nasabah dan loyalitas nasabah dalam penggunaan e-banking BCA di Kota Yogyakarta. Objek penelitian ini merupakan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan, kepercayaan dan loyalitas nasabah e-banking BCA yang ada di Kota Yogyakarta. Sedangkan untuk subjek penelitiannya adalah semua nasabah perbankan yang minimal telah menggunakan *e-banking* berupa *sms banking*, *call banking*, ATM, dan *internet banking*. Populasi dalam penelitian ini adalah semua nasabah perbankan. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 200 nasabah. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner. Analisis data pada penelitian ini menggunakan teknik analisis SEM (*Structural Equation Modeling*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan diperoleh nilai *cr* sebesar 1.979 dengan nilai probabilitas sebesar 0.048 pada tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$. Maka terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan. Pengaruh kualitas layanan terhadap kepercayaan pelanggan diperoleh nilai *cr* sebesar 0.994 dengan nilai probabilitas sebesar 0.320 pada tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$. Maka tidak terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap kepercayaan pelanggan. Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan diperoleh nilai *cr* sebesar 0.162 dengan nilai probabilitas sebesar 0.871 pada tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$. Maka tidak terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan. Pengaruh kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan diperoleh nilai *cr* sebesar 1.224 dengan nilai probabilitas sebesar 0.221 pada tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$. Maka tidak terdapat pengaruh kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan diperoleh nilai *cr* sebesar 2.204 dengan nilai probabilitas sebesar 0.028 pada tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$. Maka terdapat pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Kepuasan, Kepercayaan, Loyalitas

NCAB 7_089

Brand Ambassador: It Is Really Worth To Make Money?

Hanifah Azhar Windyarsari¹, Wuryanti Kuntjoro²

¹Magister Manajemen, Universitas Islam Sultan Agung, Semarang, 50122, Indonesia

E-mail: hanifah797@gmail.com

²Universitas Islam Sultan Agung, Semarang, 50122, Indonesia

E-mail: wuryanti@unissula.ac.id

Abstract— The internet has become one of the main tools for marketers in their efforts to promote their products. Internet users are developing very rapidly and has become a lifestyle of today's society. One of the fastest growing internet systems is an electronic sales system (e-commerce) which is very popular among its users. Erik Qualman's research results in 2010 showed that 78% of people trust other people's recommendations than advert ads. This study aims to build a research model / framework related to brand ambassadors with purchasing decisions on e-commerce in Indonesia, Tokopedia. Based on literature review, then the framework of thinking of the performance model will be generated. Indicators of each variable and the relationship between variables will be discussed and presented in a hypothesis. The model given will be relevant if applied to Tokopedia user respondents in Central Java. Retrieval of data using non-probability sampling distribution, namely purposive sampling. Distributing questionnaires through whatsapp groups and contacting respondents directly using the google form application.

Keywords— Brand Image, Brand Ambassador, Brand Awareness dan Consumer Purchasing Decision

Abstrak— Internet telah menjadi salah satu alat utama bagi pemasar dalam upaya mempromosikan produknya. Pengguna internet berkembang sangat pesat dan telah menjadi gaya hidup masyarakat saat ini. Salah satu system internet yang paling cepat berkembang adalah system penjualan elektronik (e-commerce) yang sangat populer di kalangan penggunanya. Hasil riset Erik Qualman tahun 2010 menunjukkan data bahwa 78% orang lebih percaya rekomendasi orang lain daripada iklan advert. Penelitian ini bertujuan membangun sebuah model penelitian / kerangka pikir terkait dengan brand ambassador dengan keputusan pembelian pada e-commerce yang ada di Indonesia yaitu Tokopedia. Berdasarkan kajian pustaka, maka kerangka berpikir dari model kinerja akan dihasilkan. Indikator dari setiap variable dan hubungan antar variable akan dibahas dan disajikan dalam hipotesis. Model yang diberikan akan relevan jika diaplikasikan pada responden pengguna Tokopedia yang ada di Jawa Tengah. Pengambilan data menggunakan sebaran non probability sampling, yaitu purposive sampling. Penyebaran kuesioner melalui kelompok / grup whatsapp dan menghubungi langsung responden dengan menggunakan aplikasi google form.

Kata kunci— Brand Image, Brand Ambassador, Brand Awareness dan Consumer Purchasing Decision

NCAB 7_090

Pengaruh Experiential Marketing, Gaya Hidup Elektronik dan E-WOM Terhadap Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen: Survei Pada Konsumen Coffee Shop Di Kota Yogyakarta

Ganigia Vikri Abdullah Djahur Saba dan Sumadi

Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia

ganigiavikri7@gmail.com, sumadi@uii.ac.id

Abstrak- *This study aims to analyze and explain the effect of experiential marketing on customer satisfaction, the effect of experiential marketing on customer loyalty, the influence of electronic lifestyles on customer satisfaction, the effect of e-wom on customer satisfaction, the effect of e-wom on consumer loyalty, and the influence of consumer satisfaction on consumer loyalty. The survey was conducted on coffee shop consumers in the city of Yogyakarta. The population in this study are all people who have visited coffee shops in the city of Yogyakarta. Samples were collected using the Non-Probability sampling technique ie anyone who was met online and had visited a coffee shop in the city of Yogyakarta could be used as a sample of 220 respondents. The results showed that experiential marketing had a significant positive effect on customer satisfaction, experiential marketing had a significant positive effect on customer loyalty, the electronic lifestyle had a significant positive effect on customer satisfaction, e-wom had a significant effect on customer satisfaction, e-wom significant effect on consumer loyalty, and customer satisfaction has a positive and significant effect on consumer loyalty coffee shop in the city of Yogyakarta.*

Keywords: *experiential marketing, electronic lifestyle, e-wom, customer satisfaction, customer loyalty.*

Abstrak- *Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh experiential marketing terhadap kepuasan konsumen, pengaruh experiential marketing terhadap loyalitas konsumen, pengaruh gaya hidup elektronik terhadap kepuasan konsumen, pengaruh e-wom terhadap kepuasan konsumen, pengaruh e-wom terhadap loyalitas konsumen, dan pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen. Survey dilakukan pada konsumen coffe shop di kota Yogyakarta. Populasi dalam penelitian ini adalah semua orang yang pernah mengunjungi coffe shop di kota Yogyakarta. Sampel dikumpulkan dengan teknik Non-Probability sampling yaitu siapa saja yang ditemui melalui online dan pernah mengunjungi coffe shop dikota Yogyakarta dapat digunakan sebagai sampel yang berjumlah 220 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa experiential marketing mempunyai pengaruh yang positif signifikan terhadap kepuasan konsumen, experiential marketing mempunyai pengaruh yang positif signifikan terhadap loyalitas konsumen, gaya hidup elektronik mempunyai pengaruh yang positif signifikan terhadap kepuasan konsumen, e-wom berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, e-wom berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen, dan kepuasan koneumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen coffe shop dikota Yogyakarta.*

Kata kunci: *experiential marketing, gaya hidup elektronik, e-wom, kepuasan konsumen, loyalitas konsumen.*

NCAB 7_096

Restaurants Authenticity Perception, Brand Equity, And Consumer Respond: The Empirical Study On Local Restaurant In Yogyakarta

Guntur Tri Wicaksono

*Department of Magister Management, Faculty of Business and Economics, Islamic University of
Indonesia, Yogyakarta, 55283, Indonesia
E-mail: goen.try00@gmail.com*

Abstract— Authenticity is the center of postmodern marketing activity, where it is the form of consumer expectation to brand a relationship with experience. This study examines the relationship between authenticity with brand awareness, brand image, and perceived quality, where three of them were a dimension of brand equity. This study also examines there was an impact between brand equity and consumer response for local restaurants in Yogyakarta. Findings indicate that there was a strong relationship between authenticity and brand awareness, brand image, and perceived quality. Where only a brand image and perceived quality has a significant impact on consumer response.

Keywords— **Authenticity; Brand Equity; Brand Awareness; Brand Image; Perceived Quality; Consumer Response.**

Abstrak— *Otentisitas merupakan pusat dari kegiatan pemasaran postmodern, dimana otentisitas merupakan bentuk dari ekspektasi konsumen terhadap merek yang berkaitan dengan pengalaman. Dalam penelitian ini membahas mengenai hubungan antara otentisitas terhadap kesadaran merek, citra merek, dan persepsi kualitas, dimana ketiganya merupakan bagian dari dimensi ekuitas merek. Dalam penelitian ini juga menguji adanya dampak ekuitas merek tersebut terhadap respon konsumen dari restoran lokal yang ada di Yogyakarta. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara otentisitas terhadap kesadaran merek, citra merek, dan persepsi kualitas. Dimana hanya citra merek dan persepsi kualitas memberi dampak signifikan terhadap respon konsumen.*

Kata kunci— ***Otentisitas; Ekuitas Merek; Kesadaran Merek; Citra Merek; Persepsi Kualitas; Respon Konsumen.***

NCAB 7_092

Peranan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Bca Solo

Clara Uli Kumudani¹, Catur Sugiarto²

¹*Magister Dept of Economics and Development Studies, Graduate School Universitas Sebelas Maret Surakarta, Indonesia
clarauli22@gmail.com*

²*Dept. of Economy Development, Universitas Sebelas Maret Surakarta, Indonesia
caturugiarto@staff.uns.ac.id*

Abstract— Development economics gave rise to large banking competition in Indonesia as an industry in the services sector. Customer loyalty is an important and strategic objective of the banking industry that can be achieved when customer expectations of a product are fulfilled and satisfied with the product. Customer satisfaction has a great influence on loyalty when considered together with brand image. Brand image plays a moderate role in explaining the influence of customer loyalty and purchase intentions, especially in service companies. This study aims to analyze the influence of customer satisfaction on customer loyalty at BCA Solo by juxtaposing the moderate role of brand image till can provide to management with inclusion in developing strategies to improve loyalty from customers. This study uses a qualitative approach by conducting interviews with relevant stakeholders. The results show that service quality has a positive effect on customer satisfaction, customer satisfaction has a very positive effect on customer loyalty and brand image positively moderates the relationship of customer satisfaction to customer loyalty.

Keywords— Bank BCA; Service Quality; Customer satisfaction; Customer loyalty; Brand Image.

Abstrak— Perkembangan ekonomi memunculkan persaingan perbankan besar di Indonesia sebagai industri yang bergerak dibidang jasa. Loyalitas pelanggan merupakan hal penting dan tujuan strategis dari industri perbankan yang dapat dicapai ketika ekspektasi pelanggan terhadap suatu produk terpenuhi dan merasa puas atas produk tersebut. Kepuasan pelanggan memiliki pengaruh yang besar terhadap loyalitas ketika dipertimbangkan bersamaan dengan brand image. Brand image memainkan peran moderat dalam menjelaskan pengaruh loyalitas pelanggan dan niat beli khususnya di perusahaan jasa. Penelitian ini bertujuan menganalisa pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di BCA Solo dengan menyandingkan peran moderat dari brand image sehingga dapat memberikan masukan kepada manajemen dalam menyusun strategi untuk meningkatkan loyalitas dari pelanggan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan melakukan wawancara terhadap para stakeholder terkait. Hasil menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, kepuasan pelanggan sangat berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan dan brand image memoderasi secara positif pada hubungan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata kunci— Bank BCA; Kualitas Layanan; Kepuasan Pelanggan; Loyalitas Pelanggan; Brand Image

NCAB 7_009

Brand Promoting Usaha Kecil dan Menengah: Konsentrasi Strategi

Firdaus S. Arrachman¹, D. Agus Harjito², Dessy Isfianadewi³

¹*Magister Management, Faculty of Economic, Indonesian Islamic University, Special Region of Yogyakarta, Sleman, 55283, Indonesia*

E-mail: firdaus.satya.arrachman@gmail.com

²*Department of Management, Faculty of Economic, Indonesian Islamic University, Special Region of Yogyakarta, Sleman, 55283, Indonesia*

E-mail: agus_h@uii.ac.id

³*Department of Management, Faculty of Economic, Indonesian Islamic University, Special Region of Yogyakarta, Sleman, 55283, Indonesia*

E-mail: dessy.isfianadewi@uii.ac.id

Abstract— Innovation progression has made challenge among SMEs increasingly quick as it is simpler to infiltrate their items to the market. Tragically, issues happen among SMEs with respect to the utilization of traditional advertising, deficient innovation dominance, and feeble marking in the market. The huge number of web clients in Indonesia is an extraordinary potential and open door for SMEs to advertise their items on the web. Right now, showcasing turns into an answer for SMEs in Indonesia. Upgrade in the information on Digital Marketing is essential for SMEs to have the option to advise the prevalence regarding their items over the market. AF Consulting offers a Brand Promoting administration to give SMEs successful arrangements identified with Search Engine Optimization (SEO). AF Counseling is a Startup business established by 2 specialists in Marketing and Strategy. Likewise, the Supervisor and Consultant used to function as investigators and analysts and they are very much experienced in content composition and Search Engine Optimization. With such capability, the nature of the Brand Promoting administrations offered by AF Consulting is ensured. AF Consulting focuses on offering types of assistance for SMEs in the Unique Locale of Yogyakarta. Other than the solid capability of SMEs in Special Region of Yogyakarta, the market was resolved since numerous SMEs in Yogyakarta have yearly turnover of more than 20 millions, making them equipped for utilizing the Brand Promoting administrations. AF Consulting is a Digital Marketing Agency set up in Special Region of Yogyakarta. AF Consulting offers lower cost with shorter time to finish a task. AF Consulting doesn't stick on the utilization of specific keywords and it just spotlights on the marking utilizing SEO instruments. Though, different contenders offer such a large number of Digital Marketing products. AF Consulting keeps on concentrating on SEO in light of the fact that AF Consulting needs to turn into a significant SEO professional in Indonesia. AF Consulting has focused on 0.13% of the absolute number of SMEs, or 135 SMEs to utilize its administration by the fifth year. The quantity of SMEs focused to be ordinary clients is anticipated to give benefit of 644,123,404 IDR as EAT in the following 5 years. As to possibilities, AF Consulting is attainable to be set up since it will have the option to create enormous benefits.

Keywords— SMEs;Digital Marketing;SEO;Brand Promoting.

Abstrak— Perkembangan teknologi menyebabkan semakin mudah dan cepat bagi UKM untuk saling berkompetisi mengenalkan produknya kepada pasar yang dituju. Akan tetapi, permasalahan yang dihadapi UKM adalah pemasaran produk masih bersifat konvensional, kurangnya memanfaatkan kemajuan teknologi, dan bagaimana membangun sebuah brand untuk dapat dikenal luas di pasarnya. Dengan melihat potensi pengguna internet yang sangat besar di Indonesi. Tentu saja menjadi peluang besar untuk memasarkan produk UKM melalui media online. Dengan demikian, pemafaatan digital

marketing menjadi solusi bagi pelaku UKM di Indonesia. Namun, dibutuhkan edukasi digital marketing yang tepat kepada pelaku UKM untuk menginformasikan keunggulan produk dan menjadikan sebagai kebutuhan dari pasar. Sehingga perlu ditawarkan suatu bisnis/jasa Brand Promoting yang mampu memberikan solusi yang tepat dan dibutuhkan oleh UKM. Hal ini dapat dilakukan oleh AF Consulting. AF Consulting merupakan perusahaan Startup yang didirikan oleh 2 orang yang memiliki konsentrasi di bidang Pemasaran dan Strategi. Selain itu, Manager dan Penasehat yang pernah bekerja sebagai analis dan peneliti, juga berpengalaman menulis konten dan SEO, sehingga mendukung pada layanan jasa Brand Promoting yang ditawarkan. Segmentasi pasar dari AF Consulting adalah UKM di Provinsi DI Yogyakarta. Selain potensi UKM yang besar di DI Yogyakarta, penentuan pasar didasarkan pada kemampuan UKM yang telah mampu memiliki omset pertahun diatas 20 juta. Sehingga tidak akan memberatkan UKM untuk menggunakan layanan jasa Brand Promoting. AF Consulting merupakan salah satu dari sekian banyak Digital Marketing Agency yang berdiri di Provinsi DI Yogyakarta. Akan tetapi, AF Consulting memiliki perbedaan disbanding para pesaingnya. AF Consulting memiliki keunggulan pada penawaran harga yang lebih rendah ke pelanggan dengan sistem pengerjaan proyek yang singkat. Hal tersebut dikarenakan jasa layanan Brand Promoting tidak mematok penggunaan kata kunci dan hanya berfokus mengangkat brand suatu produk menggunakan sarana SEO. Jika disbanding dengan para pesaing yang memiliki pilihan produk layanan Digital Marketing yang banyak. AF Consluting tetap untuk memfokuskan pada SEO karena AF Consulting ingin menjadi pemain SEO utama di Indonesia. AF Consulting menargetkan 0,13% dari jumlah UKM atau sebanyak 135 unit sebagai pengguna jasanya pada pada tahun ke-5. Berdasarkan jumlah UKM yang ditarget menjadi pelanggan, diperoleh EAT sebesar Rp 644.123.404 berdasar Proyeksi Praktek Bisnis pada 5 tahun kedepan. Dengan demikian, perusahaan AF Consulting layak untuk didirikan karena mampu menghasilkan keuntungan yang signifikan.

Kata kunci— UKM;Digital Marketing;SEO;Brand Promoting.

NCAB 7_071

Pengaruh Persepsi Nilai Terhadap Kepuasan Dan Positive Word of Mouth Dengan Pembelian Kembali Sebagai Mediasi (Studi Pada Konsumen Klinik Kopi Yogyakarta)

Hendra Maulana Pramadha
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Abstrak- Melihat perkembangan pesat bisnis warung kopi di wilayah Yogyakarta beberapa tahun belakangan, banyak para usahawan yang mencoba untuk menonjolkan keunikan dan kelebihan yang dimiliki oleh tempat usahanya. Salah satu yang menarik untuk diteliti adalah konsep pemasaran melalui *Word of Mouth* atau *Word of Mouth Marketing* (WoM). WoM cukup banyak dijadikan pilihan karena di lihat dari biaya yang di keluarkan bisa di katakan relatif cukup murah dan bisa juga bersifat gratis atau *free*. Sedangkan sangat sedikit para pelaku usaha yang memberlakukan penerapan proses pelaksanaan WoM karena masih banyak stigma para pengusaha yang melihat WoM hanyalah sebagai angin lalu ataupun faktor yang kurang signifikan bagi majunya suatu usaha. Klinik Kopi memilih untuk mengintensifkan persepsi nilai yang unik terhadap produk kopi kepada pelanggan untuk mendapatkan kepuasan pemberi referensi bagi terciptanya WoM selain juga untuk memperkenalkan keunggulan produk dan *unique selling point*, selain juga melakukan inovasi terus menerus. Secara literal, cara ini dipilih karena selain skala usaha dari warung Klinik Kopi yang merupakan usaha kecil-menengah, juga karena WoM lebih terpercaya bila di bandingkan dengan promosi di media yang lain. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh persepsi nilai terhadap kepuasan konsumen, untuk mengetahui pengaruh kepuasan konsumen terhadap *Positive Word of Mouth* (WOM Positif). untuk mengetahui pengaruh kepuasan konsumen terhadap niat pembelian kembali, dan untuk mengetahui pengaruh niat pembelian kembali terhadap timbulnya WOM Positif.

Keywords: *perceive value, repeat buying, word of mouth, customer satisfaction.*

NCAB 7_030

Customer Satisfaction and Willingness Of Customers To Adopt The Mobile Banking Service. A Study of Commercial Banks In Sierra Leone.

Aisha bintu Kargbo
Universitas Sebelas Maret Surakarta
aishabintuk@gmail.com

Abstract -The objective of this study is to describe the relationship between customer satisfaction, and willingness to adopt the mobile banking service. This concept is designed to apply how willing customers are in adopting the mobile banking service through customer satisfaction using Commercial Banks in Sierra Leone as a case study. In a bank which only introduces the mobile service lately, it is interesting to find out whether customer satisfaction has something to do with willingness to adopt in mobile service. And also the role that trust plays as a mediator between these two variables. The result of this study is hope to explain the positive relationship between customer satisfaction and willingness to adopt and whether customer Satisfaction factors positively relate to willingness to adopt through trust. This study is hope to contribute to the theoretical, practical and future studies. This study also discusses the limitation in applying the concept in different settings.

Key words- Service Quality, Customer Satisfaction, Trust and Willingness to adopt.

NCAB 7_112

Pengetahuan Dan Religiusitas Pengaruhnya Terhadap Sikap Dam Dampaknya Terhadap Niat Beli Kosmetik Halal

Maghfira Rizky Maulani
Universitas muhamadiyah yogayakrta
maghfirarizkym@gmail.com

Abstrak-Studi ini menguji pengaruh pengetahuan dan religiusitas terhadap minat beli kosmetik halal dengan sikap sebagai variabel mediasi. Studi ini dilakukan di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Objek dalam penelitian ini adalah kosmetik halal sementara subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang menggunakan kosmetik halal. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *accidental sampling*. Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner berisi daftar pertanyaan yang diberikan langsung kepada sampel penelitian.

Kata kunci: pengetahuan, religiusitas, minat beli, sikap

NCAB 7_111

Inovasi layanan, Kualitas Pelayan dan Kepuasan Pelanggan hubungannya dengan loyalitas pelanggan PT Nasmoco Yogyakarta

L.Jatmiko

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

jatmikojati63@gmail.com

Abstrak-Studi ini menguji pengaruh kualitas layanan dan inovasi layanan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi. Studi ini dilakukan di PT. Nasmoco Yogyakarta yang memberikan layanan perawatan mobil. Objek dalam penelitian ini adalah PT. Nasmoco Yogyakarta sementara subjek dalam penelitian ini adalah pelanggan yang menggunakan jasa di area bengkel PT. Nasmoco Yogyakarta dengan ketentuan telah menjadi pelanggan bengkel PT. Nasmoco Yogyakarta lebih dari satu bulan. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *accidental sampling*. Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner berisi daftar pertanyaan yang diberikan langsung kepada sampel penelitian.

Kata kunci: kualitas layanan, inovasi layanan, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan

NCAB 7_115

Relevansi T-CRM dan H-CRM pada Kualitas Hubungan dan dan Perilaku Nasabah di Industri Perbankan

Ana Rimbasari¹, Nikodemus Hans Setiadi Wijaya²

¹*Program Magister Manajemen, STIE YKPN Yogyakarta, Jl. Seturan Raya, Caturtunggal, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55281,*

E-mail: ana.rimbasari@gmail.com

²*Departemen Manajemen, STIE YKPN Yogyakarta, Jl. Seturan Raya, Caturtunggal, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55281*

E-mail: niko.wijaya@gmail.com

Abstract— This study examines the use of technology and human in Customer Relationship Management (CRM) especially in the banking industry Based on technological advances in the 4.0 industrial revolution, researchers analysed whether human still play a role in CRM in the banking industry. The purpose of this study is to determine the role of technology (T-CRM) and human (H-CRM) in relation to partnership quality and customer behaviour. Researchers collected data using focus group discussions (FGD) and questionnaires. The sample of this study is Mandiri bank, BCA, and BRI customers who have experience in using technology-based and human-based banking services. The results of this study are that technology-based CRM and human beings have a significant positive effect on partnership quality and partnership quality has significant positive effect on customer behaviour. This research proves that technology-based CRM is needed in the banking industry, but technology cannot replace human. Technology and people are still needed and need to go hand in hand in the banking industry.

Keywords: *Customer Relationship Management (CRM); Technology-based CRM; Human-based CRM; Human Touch; Partnership Quality.*

Abstrak— Penelitian ini menguji penggunaan teknologi dan manusia dalam *Customer Relationship Management* (CRM) khususnya di dunia perbankan. Berdasarkan kemajuan teknologi pada revolusi industri 4.0 ini, peneliti menganalisis apakah manusia masih berperan dalam CRM di dunia perbankan. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui peranan teknologi (T-CRM) dan manusia (H-CRM) dalam hubungannya dengan hubungan yang berkualitas dan perilaku nasabah. Peneliti mengumpulkan data menggunakan *focus group discussion* (FGD) dan kuesioner. Sampel penelitian ini adalah nasabah bank Mandiri, BCA, dan BRI yang memiliki pengalaman dalam menggunakan layanan bank berbasis teknologi dan manusia. Hasil penelitian ini adalah CRM berbasis teknologi dan manusia berpengaruh positif signifikan terhadap hubungan yang berkualitas dan hubungan yang berkualitas berpengaruh signifikan terhadap perilaku nasabah. Penelitian ini membuktikan bahwa CRM berbasis teknologi diperlukan dalam dunia perbankan, tetapi teknologi tidak dapat menggantikan manusia. Teknologi dan manusia masih dibutuhkan dan perlu berjalan beriringan dalam dunia perbankan.

Kata Kunci: *Customer Relationship Management (CRM); CRM berbasis teknologi; CRM berbasis manusia; Human Touch; Partnership Quality.*

OPERASIONAL

NCAB 7_062

Peran Sistem Informasi Dalam Pengelolaan *Supply Chain Management* Dan Aplikasinya Di PT Narmada Awet Muda

Widia Febriana¹, Ika Nurul Qamari², Nuryakin³

¹Program Studi Magister Manajemen, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Jalan Brawijaya, Yogyakarta, 55183, Indonesia

E-mail: Widiafebrianastdn@gmail.com

²Program Studi Magister Manajemen, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Jalan Brawijaya, Yogyakarta, 55183, Indonesia

E-mail: ikang@yahoo.com

³Program Studi Magister Manajemen, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Jalan Brawijaya, Yogyakarta, 55183, Indonesia

E-mail: nuryakin@umy.ac.id

Abstract -Supply Chain Management (SCM) becomes critical in today's manufacturing industry, as customer satisfaction depends on the efficiency of supply chain activities. The basic elements of SCM lies in the technology of information and communication systems. Technology information and communication system is a good solution to the problems arising from the complexity of buyers, suppliers, system suppliers and supply chain management (SCM). Bottled Drinking Water (bottled water) is a raw water that has been packaged and safe to drink, including mineral water and demineralized. Demand of bottled drinking water (drinking water) are increasing in African countries especially in Indonesia. PT Narmada Awet Muda is a company which produces packaged drinking water, information systems are very helpful in producing bottled water (bottled water). The purpose of this paper is to evaluate the role of information systems in supply chain management and its application in PT Narmada Awet Muda Nusa Tenggara Barat. This type of research is qualitative descriptive study, with interviews conducted method to the manager, the staff and manager information on PT Narmada Awet Muda.

Keywords— Supply Chain Management; Information Systems; Bottled Drinking Water (bottled water)

Abstrak - Manajemen Rantai Pasokan (SCM) menjadi penting dalam industri manufaktur saat ini, karena kepuasan pelanggan tergantung pada efisiensi kegiatan rantai pasokan. Elemen dasar dari SCM terletak pada teknologi sistem informasi dan komunikasi. Teknologi sistem informasi dan komunikasi adalah solusi yang baik untuk masalah yang timbul dari kompleksitas pembeli, pemasok, sistem pemasok dan supply chain management (SCM). Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) adalah air baku yang sudah dikemas dan aman untuk diminum, mencakup air mineral dan demineral. Permintaan air minum dalam kemasan (AMDK) semakin meningkat di negara-negara Afrika khususnya di Indonesia. PT Narmada Awet muda adalah perusahaan yang memproduksi air minum dalam kemasan, sistem informasi sangat membantu dalam memproduksi air minum dalam kemasan (AMDK). Tujuan dari penulisan paper ini adalah mengevaluasi peran sistem informasi dalam supply chain management dan aplikasinya di PT Narmada Awet Muda Nusantara Tenggara Barat. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif, dengan metode wawancara yang dilakukan kepada manager, staf dan manager informasi di PT Narmada Awet Muda.

Kata kunci— Supply Chain Management, Sistem Informasi, Air Minum Dalam Kemasan (AMDK)

NCAB 7_002
**Innovation as Mediation in Improving Business
Performance with It Capability**

Muhammad Zulkifli, Ika Nurul Qamari, Nuryakin
Department of Management, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
E-mail: muhammadzulkiflihd@gmail.com

Abstract- Business will grow with the utilization of appropriate information technology. Sustainable business and always exist in its industry is always improving its performance. According to Soto Acosta et.al (2015) The ability of Information Technology (IT) to drive important innovations in business processes, products and services of the company, and through it resulted in a major increase in their business performance. This article is a conceptual framework that measures the business performance of 7 indicators i.e. the number of product configurations, the success of launching new products, reduction of waste, market opportunities increase, product innovation improvement, working methods and processes Improved quality. The indicators will be reviewed and analyzed in relation to the capabilities of information technology and how the role of innovation mediation. The purpose of this article is as a conceptual framework of information technology that can improve business performance. The novelty of this research is innovation as a variable of mediation between the capabilities of information technology and business performance.

Keywords- *innovation, IT capability, business performance*

Abstrak- Bisnis akan bertumbuh seiring dengan pemanfaatan teknologi informasi yang tepat. Bisnis yang berkelanjutan dan selalu eksis dalam industrinya adalah yang selalu meningkatkan kinerjanya. Menurut Soto Acosta et.al (2015) kemampuan Teknologi Informasi (TI) untuk mendorong inovasi penting dalam proses bisnis, produk dan layanan dari perusahaan, dan melalui itu menghasilkan peningkatan besar pada kinerja bisnis mereka. Artikel ini adalah kerangka konseptual yang mengukur kinerja bisnis dari 7 indikator yaitu jumlah konfigurasi produk, keberhasilan meluncurkan produk baru, pengurangan limbah, peningkatan peluang pasar, peningkatan inovasi produk, metode dan proses kerja yang ditingkatkan, peningkatan kualitas. Indikator akan ditinjau dan dianalisis hubungannya dengan kemampuan teknologi informasi dan bagaimana peran mediasi inovasi. Tujuan artikel ini adalah sebagai kerangka kerja konseptual teknologi informasi yang dapat meningkatkan kinerja bisnis. Kebaruan dari penelitian ini adalah inovasi sebagai variabel mediasi antara kemampuan teknologi informasi dan kinerja bisnis.

Kata kunci- *Inovasi, Kemampuan IT, Kinerja Bisni*

NCAB 7_044

Strategi Inovasi Produk dan Lingkungan Dinamis Terhadap Peningkatan Kinerja Perusahaan pada UMKM di Kulon Progo

Wulan Dari¹, Dessy Isfianadewi²

¹Magister Manajemen, Indonesian Islamic University, Special Region of Yogyakarta, Sleman, 55283, Indonesia

E-mail: 17911075@students.uii.ac.id

²Departemen Manajemen, Indonesian Islamic University, Special Region of Yogyakarta, Sleman, 55283, Indonesia

E-mail: dessy.isfianadewi@uui.ac.id

Abstract—This study aims to improve company performance at MSMEs by implementing product innovation strategies that are supported by dynamic environments. This research uses a quantitative approach and uses the structural equation model (SEM) method. Data collection using questionnaire methods and data analysis was tested using AMOS. The population in this study were MSMEs that were registered at the Cooperatives and MSMEs Office in Kulon Progo Regency in 2019, then the respondents sampled in this study were 200 MSMEs focusing on the culinary, handicraft and fashion industry sectors. The results of this study prove that the dynamic environment has a positive and significant influence on product innovation strategies. Then product innovation has a positive and significant effect on firm performance. Furthermore, the dynamic environment has a positive and significant effect on firm performance, and the latter proves that the product innovation strategy mediates the relationship between the dynamic environment on firm performance.

Keywords— **Product innovation, Dynamic environment, Firm performance.**

Abstrak—Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan kinerja perusahaan pada UMKM dengan menerapkan strategi inovasi produk yang didukung oleh lingkungan dinamis. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan menggunakan metode structural equation model (SEM). Pengumpulan data menggunakan metode kuisioner serta analisis data diuji menggunakan AMOS. Populasi dalam penelitian ini yaitu UMKM yang terdaftar pada Dinas Koperasi dan UMKM di kabupaten Kulon Progo tahun 2019, kemudian responden yang dijadikan sampel dalam penelitian ini berjumlah 200 UMKM yang berfokus pada sektor industri kuliner, kerajinan dan fashion. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa lingkungan dinamis memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap strategi inovasi produk. Kemudian inovasi produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan. Selanjutnya lingkungan dinamis berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan, dan yang terakhir membuktikan bahwa strategi inovasi produk mediasi hubungan antara lingkungan dinamis terhadap kinerja perusahaan.

Kata kunci— **Inovasi Produk, , Lingkungan Dinamis, Kinerja Perusahaan.**

NCAB 7_106

Pengaruh Pemanfaatan Teknologi Informasi, Inovasi terhadap Keunggulan Bersaing Batik Kayu dusun Kreet, Sendangsari, Kecamatan Pajangan, Kabupaten Bantul

Saptaningsih Sumarmi¹

Staf Pengajar Universitas PGRI Yogyakarta dan Mahasiswa Program Doktor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

sapta@upy.ac.id

Abstract— *The purpose of this study was to determine the effect of the utilization of Information Technology (IT), innovation on the competitive advantage of Kreet Batik Kayu. Respondents are all Batik Kayu business owners in the Kreet hamlet, Sendangsari village, and this study is a population study in which 59 Batik Kayu business owners are used as respondents. Data were analyzed by multiple linear regression analysis, and questionnaire items had been tested with instruments where all question items were declared valid and reliable. The results showed that partially and simultaneously IT utilization and innovation variables proved to have a partial and simultaneous effect on competitive advantage. 7th NCAB.*

Keywords—*Utilization of IT, Innovation, competitive advantage.*

Abstrak— Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pemanfaatan Teknologi Informasi (TI), inovasi terhadap keunggulan bersaing batik kayu dusun Kreet, Sendangsari, Pajangan, kabupaten Bantul. Responden adalah semua pemilik usaha batik kayu di dusun Kreet, desa Sendangsari, dan penelitian ini merupakan studi populasi dimana sejumlah 59 pemilik usaha batik kayu digunakan sebagai responden. Data dianalisa dengan analisis regresi linier berganda, dan item kuesioner telah dilakukan uji instrument dimana semua item pertanyaan dinyatakan valid dan reliabel. Hasil penelitian menunjukkan secara parsial dan simultan variable pemanfaatan TI dan inovasi terbukti berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap keunggulan bersaing. **NCAB ke-7.**

Kata kunci—*Pemanfaatan TI, Inovasi, keunggulan bersaing.*

NACB 7_023

Dampak Kemampuan Dinamis terhadap Keberlanjutan Kinerja Bisnis pada UMKM di Kulon Progo

Tiara Ririana Rimastuty¹ Dr. Dessy Isfianadewi, MM²

*Department of Management, Indonesian Islamic University, Special Region of Yogyakarta, Sleman,
55283, Indonesia*

E-mail: tiarar3107@gmail.com

*Department of Management, Indonesian Islamic University, Special Region of Yogyakarta, Sleman,
55283, Indonesia*

E-mail:dessy.isfianadewi@uii.ac.id

Abstract—Economic development in Indonesia is experiencing rapid growth. With current development, it cannot be denied that business competition will be increasingly competitive, while Small and Medium Micro Businesses (MSME) has quite low competitiveness. One important factor to overcome the dynamic ability is to obtain sustainable business performance at MSME. Some researchers argue that sustainable performance must be handled through a good adjustment process and facilitated by dynamic capabilities. The study aims is to investigate the effect of internal and external dynamic capabilities on sustainable business performance on MSME social, environmental and economic aspects. By considering the perception of the sustainability of MSME owners and transformational leadership that affects the dynamic capabilities externally and internally. This research was conducted in Kulon Progo Regency with 200 respondents consisting of handicraft, culinary and fashion industries. The results of this study highlight the relationship between dynamic internal and external integrative capabilities on sustainable business performance at MSME as well as the role of transformational leadership and perception of sustainability by MSME owners. These findings contribute to the ability/inability of MSME to balance social, environmental and economic goals.

Keywords— internal dynamic capabilities, external dynamic capabilities, sustainable business performance, MSMEs, perception of sustainability, transformational leadership

Abstrak— *Perkembangan ekonomi di Indonesia mengalami pertumbuhan yang sangat pesat. Dengan perkembangan saat ini tidak dapat dipungkiri bahwa persaingan usaha akan semakin kompetitif, sedangkan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki daya saing yang cukup rendah. Untuk mengatasi hal tersebut kemampuan dinamis menjadi salah satu faktor penting untuk memperoleh kinerja bisnis yang berkelanjutan pada UMKM. Beberapa peneliti berpendapat bahwa kinerja berkelanjutan harus ditangani melalui proses penyesuaian yang baik serta difasilitasi oleh kemampuan dinamis. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menyelidiki pengaruh kemampuan dinamis internal dan eksternal terhadap kinerja bisnis yang berkelanjutan pada aspek sosial, lingkungan dan ekonomi UMKM. Dengan mempertimbangkan persepsi keberlanjutan pemilik UMKM dan kepemimpinan transformasional yang berpengaruh pada kemampuan dinamis secara eksternal dan internal. Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Kulon Progo dengan jumlah responden 200 yang terdiri dari sektor industri kerajinan, kuliner dan busana. Hasil dari penelitian ini menyoroti tentang hubungan antara kemampuan dinamis integratif internal dan eksternal terhadap kinerja bisnis yang berkelanjutan pada UMKM serta peran kepemimpinan transformasional dan persepsi keberlanjutan oleh pemilik UMKM. Temuan ini berkontribusi pada kemampuan / ketidakmampuan UMKM untuk menyeimbangkan tujuan sosial, lingkungan dan ekonomi.*

Kata kunci— *Kemampuan dinamis internal, kemampuan dinamis eksternal, kinerja bisnis yang berkelanjutan, UMKM, persepsi keberlanjutan, kepemimpinan transformasional.*

KEUANGAN

NCAB 7_094

Pengaruh *Thin Capitalization*, *Financial Distress*, Komisaris Independen, Kepemilikan Institusional dan Kualitas Audit terhadap Penghindaran Pajak

Ahmad Faruq Lasulita¹, Mahmudi²

^{1,2}*Program Studi Magister Akuntansi, Universitas Islam Indonesia, Jl. Prawiro Kuat, Kec. Depok,
Kabupaten Sleman, Yogyakarta, 55283, Indonesia*

¹*E-mail: ahmadfaruqfrq@gmail.com*

Abstract— Tax avoidance is avoidance efforts that are carried out legally and safely for taxpayers because it does not conflict with taxation provisions, where the methods and techniques used tend to exploit the weaknesses contained in the laws and tax regulations themselves, to minimize the amount of tax owed. The research aims to determine the effect of thin capitalization, financial distress, independent commissioners, institutional ownership and audit quality on tax avoidance. The population in this study are manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange during the 2014-2018 period.

Keywords— Tax Avoidance, Thin Capitalization, Financial Distress, Independent Commissioner, Institutional Ownership, and Audit Quality.

Abstrak— Penghindaran pajak adalah upaya penghindaran yang dilakukan secara legal dan aman bagi wajib pajak karena tidak bertentangan dengan ketentuan perpajakan, dimana metode dan teknik yang digunakan cenderung memanfaatkan kelemahan-kelemahan yang terdapat dalam undang-undang dan peraturan perpajakan itu sendiri, untuk memperkecil jumlah pajak yang terutang. Penelitian memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh thin capitalization, financial distress, komisaris independen, kepemilikan institusional dan kualitas audit terhadap penghindaran pajak. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2014-2018.

Kata kunci— Penghindaran Pajak, Thin Capitalization, Financial Distress, Komisaris Independen, Kepemilikan Institusional, dan Kualitas Audit.

NCAB 7_076

Evaluasi Pengaruh Leverage Terhadap Profitabilitas Pt Kereta Api Indonesia (Persero) Sebelum Dan Setelah Kontrak Imo (Infrastructure Maintenance And Operation) (Studi pada Sebelum Kontrak IMO Tahun 2011 – 2014 dan Setelah Kontrak IMO Tahun 2015 – 2018)

Candy Alfian Hermawan

Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sebelas Maret, Jl. Ir. Sutami No.36A, Jebres, Surakarta, 57126, Indonesia

E-mail: candyalfan@gmail.com

Abstract- This study aims to evaluate the profitability of PT Kereta Api Indonesia (Persero) before and after the IMO Contract, which is to conduct leverage analysis. This research is an evaluation research by adopting the evaluation of the CIPP model, but it is not implemented in full. The dimensions of the CIPP evaluation model that are applied are only the input, process, and output. Respondents to examine the profitability of the company before the IMO Contract for 2011 – 2014 and after the IMO Contract for 2015 – 2018 and the data collection using the IMO Contract Accountability Report documentation. While respondents for the evaluation of input, process, and output research are leverage. Input data collection and process using the realization of PT KAI Financial Statement, and output data using the IMO Contract Accountability Report documentation. Leverage data in the form of qualitative data so that it is analyzed with descriptive techniques. While quantitative data on inputs, processes, and outputs are analyzed using descriptive statistical techniques. The results of this study indicate that leverage has a positive effect on the profitability of PT Kereta Api Indonesia (Persero) after IMO Contract for 2015 – 2018 is in the good category.

Keywords— Evaluation, Leverage, Profitability, Imo Contract.

Abstrak- Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi profitabilitas PT Kereta Api Indonesia (Persero) sebelum dan setelah Kontrak Perawatan dan Pengoperasian Prasarana Perkeretaapian Milik Negara (IMO), yaitu melakukan analisa leverage-nya. Penelitian ini merupakan penelitian evaluasi dengan mengadopsi evaluasi model CIPP, akan tetapi tidak diterapkan secara utuh. Dimensi model evaluasi CIPP yang diterapkan hanya dimensi input, proses, dan output. Responden untuk meneliti profitabilitas perusahaan sebelum Kontrak IMO Tahun 2011 – 2014 dan setelah Kontrak IMO Tahun 2015 – 2018 dan pengumpulan datanya menggunakan dokumentasi Laporan Pertanggungjawaban Kontrak IMO. Sedangkan responden untuk penelitian evaluasi input, proses, dan output adalah leverage-nya. Pengumpulan data input dan proses menggunakan realisasi Laporan Keuangan PT KAI, dan data output menggunakan dokumentasi Laporan Pertanggungjawaban Kontrak IMO. Data leverage berupa data kualitatif sehingga dianalisis dengan teknik deskriptif. Sedangkan data kuantitatif pada input, proses, dan output dianalisis dengan teknik statistik deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa leverage berpengaruh positif terhadap profitabilitas PT Kereta Api Indonesia (Persero) setelah Kontrak IMO Tahun 2015 – 2018 berada pada kategori baik.

Kata kunci— Evaluasi, Leverage, Profitabilitas, Kontrak Imo.

NCAB 7_060

Peran *Corporate Social Responsibility* dalam Meningkatkan *Corporate Value* pada Perusahaan Badan Usaha Milik Negara

Devy Aryani¹, Nunung Ghoniyah²

¹Magister Manajemen, Universitas Islam Sultan Agung, Semarang, 50112, Indonesia
E-mail: devyarya@std.unissula.ac.id

² Universitas Islam Sultan Agung, Semarang, 50112, Indonesia
E-mail: nunung@unissula.ac.id

Abstract— *Corporate Value* is a picture of a company condition that can be used as an external party's consideration to invest in a publicly traded company, because when a high *Corporate Value* indicates high shareholder welfare. *Corporate Value* can experience an increase and decrease (fluctuation) because it is influenced by many factors in which one of the factors that influence is *Corporate Social Responsibility*. This study aims to analyze the impact of *Corporate Philanthropy* and *Community Development* which is a type of *Corporate Social Responsibility* in enhancing *Corporate Value*. Previous studies have examined *Corporate Social Responsibility* in a global sense. The population of this study is a State-Owned Enterprise (SOE) company and the sample used in the study is a company that for five years (2014-2018) has been included in SOEs and obtained as many as 75. The analytical tool used is the Smart PLS. The results showed that *Corporate Philanthropy* had a significant positive effect on *Corporate Value* and *Community Development* had a significant negative effect on *Corporate Value*.

Keywords— *Corporate Value*; *Corporate Social Responsibility*; *Corporate Philanthropy*; *Community Development*; SOEs

Abstrak— *Corporate Value* merupakan gambaran suatu kondisi perusahaan yang dapat digunakan sebagai pertimbangan pihak eksternal untuk menanamkan modalnya pada perusahaan *go public*, karena ketika *Corporate Value* tinggi menunjukkan tingginya kesejahteraan pemegang saham. *Corporate Value* dapat mengalami peningkatan dan penurunan (fluktuasi) karena dipengaruhi banyak faktor di mana salah satu faktor yang mempengaruhi adalah *Corporate Social Responsibility*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak *Corporate Philanthropy* dan *Community Development* yang merupakan jenis dari *Corporate Social Responsibility* dalam meningkatkan *Corporate Value*. Penelitian-penelitian terdahulu meneliti *Corporate Social Responsibility* dalam artian global. Populasi penelitian ini adalah perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) dan sampel yang digunakan dalam penelitian merupakan perusahaan yang selama lima tahun (2014-2018) berturut-turut masuk dalam BUMN dan diperoleh sebanyak 75. Alat analisis yang digunakan adalah Smart PLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Corporate Philanthropy* berpengaruh positif signifikan terhadap *Corporate Value* dan *Community Development* berpengaruh negatif signifikan terhadap *Corporate Value*.

Kata kunci— *Corporate Value*; *Corporate Social Responsibility*; *Corporate Philanthropy*; *Community Development*; BUMN

NCAB 7_003

Pengaruh Struktur Kepemilikan, Kebijakan Dividen, Perilaku Oportunistik Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Sektor Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia

Eva Agustiany P.

Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia

E-mail: evaagustiany.p@gmail.com

Abstrak—Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kepemilikan institusional, kepemilikan manajemen, kebijakan dividen, perilaku oportunistik dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Nilai perusahaan juga merupakan harga sebuah saham pada pasar saham yang bersedia dibayar oleh investor untuk memiliki sebuah perusahaan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2014-2018 yang berjumlah 31 perusahaan. Pengambilan sampel dilakukan dengan Purpose Sampling. Sampel penelitian ini adalah perusahaan perbankan yang sudah melaporkan laporan keuangan selama periode 2016-2018 menggunakan website yaitu www.idx.id. Metode pengumpulan data dilakukan dengan teknik dokumentasi data yang digunakan merupakan data historis yang tersedia dalam bentuk laporan. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis regresi Panel. Hasil pengujian hipotesis penelitian ini menunjukkan bahwa Kepemilikan institusional dan profitabilitas berpengaruh positif secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Sementara Kebijakan dividen berpengaruh negatif secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil yang lain menemukan bahwa Kepemilikan manajerial dan Perilaku oportunistik tidak berpengaruh positif secara signifikan terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci—Kepemilikan institusional, Kepemilikan manajerial, kebijakan dividen, perilaku oportunistik, profitabilitas

NCAB 7_078

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat *Whistleblowing* Pada Karyawan Bank Syariah Di Daerah Istimewa Yogyakarta (Suatu Kerangka Konseptual Penelitian)

Fenti Noor Endah Kurniawati¹, Yuni Nustini²

¹Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta
E-mail: phen.fenti@gmail.com

²Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta
E-mail: nustini@gmail.com

Abstract— *Fraud can be detected in various ways, one of them by whistleblowing. But in its implementation, not all employees want to reveal the violations they know. This study will develop a conceptual framework of research with the aim to find out the factors that influence whistleblowing intentions in sharia bank employees in the Special Region of Yogyakarta. The theoretical foundation in this study uses the Theory of Planned Behavioral (TPB) and Prosocial Behavior Theory. The research method uses a quantitative approach, with primary data in the form of questionnaires. The dependent variable is whistleblowing intention and the independent variable is the response to violations, external influences, religiosity, organizational commitment, and the seriousness of fraud. Respondents in this study were 210 employees of sharia banks in the Special Region of Yogyakarta.*

Key words— *Whistleblowing, Fraud, and Sharia Bank*

Abstrak— Kecurangan (*fraud*) dapat dideteksi dengan berbagai cara, salah satunya dengan *whistleblowing*. Namun dalam pelaksanaannya, tidak semua karyawan mau mengungkapkan pelanggaran yang diketahuinya. Penelitian ini akan mengembangkan kerangka konseptual penelitian dengan tujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi niat *whistleblowing* pada karyawan bank syariah di Daerah Istimewa Yogyakarta. Landasan teori dalam penelitian ini menggunakan *Theory of Planned Behavioral (TPB)* dan *Prosocial Behavior Theory*. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan data primer berupa kuesioner. Variabel dependen adalah niat *whistleblowing* dan variabel independen adalah tanggapan terhadap pelanggaran, pengaruh dari luar, religiusitas, komitmen organisasi, dan keseriusan kecurangan. Responden dalam penelitian ini adalah 210 karyawan bank syariah yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Kata kunci— *Whistleblowing, Fraud, dan Bank Syariah*

NCAB 7_077

Persepsi Auditor Internal Pemerintah Tentang Indikasi Fraud Dalam Proses Perencanaan Dan Penganggaran (Suatu Kerangka Konseptual Penelitian)

Indrawati Usuli¹, Dekar Urumsah²

^{1,2} *Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta*
E-mail: indrawatiusuli84@gmail.com, dekar.urumsah@uii.ac.id

Abstract— *In the context of financial management, planning and budgeting are estuaries of its implementation. Various deficiencies in the process become a loophole for fraud. This research will develop a conceptual framework of research which aim to find out the perception of government internal auditors related to indications of fraud in the planning and budgeting process based on the diamond fraud theory and the planned behavior theory. This research method uses a quantitative approach, with the questionnaire as primary data. The dependent variable is fraud planning budgeting and the independent variables are each proxy representing pressure, opportunity, rationalization and capability. Respondents in this study are Inspectorat Auditor Community in the region, and BPKP auditors in several regions through their respective institutional mechanisms.*

Keywords— *Auditor Perception, Fraud, Planning and Budgeting.*

Abstrak— Dalam konteks pengelolaan keuangan, perencanaan dan penganggaran merupakan muara pelaksanaannya. Berbagai kekurangan dalam prosesnya menjadi celah terjadinya fraud. Penelitian ini akan mengembangkan kerangka konseptual penelitian dengan tujuan untuk mengetahui persepsi auditor internal pemerintah terkait indikasi fraud dalam proses perencanaan dan penganggaran berdasarkan teori fraud diamond dan teori planned behavior (TPB). Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan data primer berupa kuisioner. Variabel dependen adalah fraud perencanaan penganggaran dan variabel independen adalah masing-masing proksi yang mewakili tekanan, kesempatan, rasionalisasi dan kemampuan. Responden dalam penelitian ini adalah komunitas Auditor Inspektorat Kabupaten dan Kota, serta Auditor BPKP di beberapa daerah melalui mekanisme lembaga masing-masing.

Kata kunci— *Persepsi Auditor, Fraud, Perencanaan dan Penganggaran.*

NCAB 7_081

Capital Structure and Firm Size Effect on Firm Value Moderated By Profitability Case Study: PT Kereta Api Indonesia (Persero) 2014 – 2018

Irma Devina

*Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sebelas Maret
Jalan Ir. Sutami No.36 A, Pucangsawit, Kec. Jebres, Kota Surakarta, Jawa Tengah 57126
E-mail: irmadevina@student.uns.ac.id*

Abstract—Many Previous Studies have examined Capital Structure and Firm Size Effect on Firm Value. The purpose of this study is to determine the effect of Capital Structure and Firm Size on Firm Value in PT Kereta Api Indonesia (Persero), moderated by profitability. The sample of this research are PT Kereta Api Indonesia (Persero) Financial Statement from 2014 until 2018. Capital Structure measured by using Debt to Equity Ratio, Firm Size measured by using Ln Total Assets, Firm Value measured by using Dividend Payout Ratio and Profitability measured by using Return on Equity. Data analysis techniques in this study used is Multiple Linear Regression with data analysis tool using SPSS 22. The Result of this study expected to provide more financial information which could be used as consideration about PT Kereta Api Indonesia (Persero) Financial decision in the future.

Keywords: Capital structure; firm size; firm value and profitability.

Abstrak—Banyak penelitian sebelumnya yang meneliti pengaruh Struktur Modal dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. Tujuan dari penelitian ini adalah menentukan pengaruh Struktur Modal dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai variabel moderasi. Sampel dari penelitian ini berasal dari Laporan Keuangan PT Kereta Api Indonesia (Persero) Tahun 2014 sampai dengan Tahun 2018. Struktur modal dihitung dengan menggunakan Rasio Hutang terhadap Ekuitas, Ukuran Perusahaan diukur dengan Ln Natural Aset Total, Nilai Perusahaan dihitung dengan menggunakan Rasio Pembayaran Deviden dan Profitabilitas dihitung dengan menggunakan Rasio Pengembalian Ekuitas. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda dengan menggunakan SPSS 22 sebagai alat analisis. Hasil dari penelitian ini diharapkan untuk dapat memberikan Informasi Keuangan yang lebih yang nantinya dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan Keputusan Keuangan PT Kereta Api Indonesia (Persero) di masa depan.

Kata Kunci: Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, Nilai Perusahaan, Profitabilitas

NCAB 7_072

Implementasi Kepatuhan Syariah di Koperasi Syariah (Studi pada Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah di Semarang)

Libran Filani¹, Nunung Ghoniyah², Widiyanto³

¹Magister Manajemen, Universitas Islam Sultan Agung, Semarang, 50112, Indonesia
E-mail: libranfilani@std.unissula.ac.id

²Universitas Islam Sultan Agung, Semarang, 50112, Indonesia
E-mail: nunung@unissula.ac.id

³ Universitas Islam Sultan Agung, Semarang, 50112, Indonesia
E-mail: widiyantomch@gmail.com

Abstract— Sharia compliance is a condition in which sharia regulations are adhered to by Islamic Financial Institutions. One of the Sharia compliance that must be adhered to is compliance with Sharia product transactions. Therefore, optimal supervision is needed from the Sharia Supervisory Board on the implementation of Sharia compliance. The purpose of this study was to reveal how the implementation of sharia compliance with product transactions at Micro Financial Institutions, the Sharia Cooperative in Semarang. This research is a qualitative study with primary data. The sample is 4 Sharia Cooperatives in Semarang City. The results showed that there was still non-compliance in the implementation of sharia compliance in product transactions in sharia cooperatives in the city of Semarang, and the role of the Sharia Supervisory Board was not yet optimal in the supervision process.

Keywords— Islamic Micro Finance, Sharia Supervisory Board, Sharia Compliance, Product Sharia.

Abstrak— Kepatuhan syariah merupakan suatu kondisi dimana peraturan syariah ditaati oleh Lembaga Keuangan Syariah. Salah satu kepatuhan Syariah yang harus ditaati adalah kepatuhan pada transaksi produk Syariah. Oleh karena itu dibutuhkan pengawasan yang optimal dari Dewan Pengawas Syariah terhadap implementasi kepatuhan Syariah. Tujuan penelitian ini untuk mengungkapkan bagaimana implementasi kepatuhan syariah tentang transaksi produk pada Lembaga keuangan Mikro yaitu Koperasi Syariah di Semarang. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan data primer. Adapun sampelnya adalah 4 Koperasi Syariah di Kota Semarang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masih ada ketidak patuhan dalam implentasi kepatuhan syariah pada transaksi produk di koperasi syariah di kota Semarang, dan belum optimalnya peran Dewan Pengawas Syariah dalam proses pengawasan.

Kata kunci— Lembaga Keuangan Mikro, Dewan Pengawas Syariah, Kepatuhan Syariah, Produk Syariah.

NCAB 7_080

Anteseden *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Profitabilitas Dengan Kepemilikan Institutional Dan Kebijakan Dividen Sebagai Variabel Moderating

Mitiana Batubara¹, Widiyanto²

¹Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung

E-mail: tia.na90@yahoo.com

²Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung

E-mail: widiyanto@unissula.ac.id

Abstract—This study aims to analyze empirically (1) the effect of corporate social responsibility disclosure on profitability (2) the effect of corporate social responsibility disclosure on profitability moderated by institutional ownership (3) the effect of corporate social responsibility disclosure on company value (4) the effect of corporate social disclosure responsibility for corporate value moderated by institutional ownership (5) the effect of profitability on firm value (6) the effect of profitability on company value moderated by dividend policy (7) the effect of corporate social responsibility disclosure on corporate value through profitability with institutional ownership and dividend policy as moderating variable. Data collection is carried out by documenting data sourced from financial reports, annual reports, and ongoing reports published through the Indonesia Stock Exchange. The population of this research is manufacturing companies in the consumer goods industry sector which were listed on the Indonesia Stock Exchange in the 2014-2018 period. The sampling method used was purposive non random sampling. The research sample consisted of 11 companies over a period of 5 years from 2014 to 2018. The statistical method used was panel data regression. Data analysis and hypothesis testing techniques use Econometric Views.

Keywords: *corporate social responsibility, profitabilitas, kepemilikan institusional, kebijakan dividen, nilai perusahaan.*

Abstrak—Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara empiris (1) pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap profitabilitas (2) pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap profitabilitas yang dimoderasi oleh kepemilikan institusional (3) pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan (4) pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan yang dimoderasi oleh kepemilikan institusional (5) pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan (6) pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan yang dimoderasi oleh kebijakan dividen (7) pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan melalui profitabilitas dengan kepemilikan institusional dan kebijakan dividen sebagai variabel moderating. Pengumpulan data dilakukan dengan cara dokumentasi data yang bersumber pada laporan keuangan, laporan tahunan, dan laporan berkelanjutan yang dipublikasikan melalui Bursa Efek Indonesia. Populasi dari penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2014-2018. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive non random sampling. Sampel penelitian terdiri dari 11 perusahaan selama kurun waktu 5 tahun terhitung dari tahun 2014 sampai dengan tahun 2018. Metode statistik yang digunakan adalah regresi data panel. Teknik analisis data dan pengujian hipotesis menggunakan Econometric Views.

Kata kunci: *corporate social responsibility, profitabilitas, kepemilikan institusional, kebijakan dividen, nilai perusahaan.*

NCAB 7_054

Model Penentu Rating Sukuk Berbasis Tata Kelola Perusahaan

Novia Christi Wulandari¹, Hj. Nunung Ghoniyah²

¹ Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Sultan Agung, Semarang, Indonesia

E-mail: noviachristi02@gmail.com

² Dosen Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Sultan Agung, Semarang, Indonesia

E-mail: nunung@unissula.ac.id

Abstract - The purpose of this study was to examine and analyze the relationship between reginal variables of guarantee status, sukuk structure, profitability, and corporate governance on sukuk ratings by moderating corporate governance while the guarantee status and sukuk structure variables were measured by dummy variables at sukuk issuing companies listed on the Exchange Indonesian Stock Exchange (IDX). This research method uses documentation by downloading financial statements in the 2014-2018 period published by the Indonesia Stock Exchange (IDX). The analysis technique used is panel data regression analysis using E-Views 9 Software. In addition, a classic assumption test is done, namely the normality test. The results of the study showed partial results that the guarantee status, profitability, and sukuk structure variables did not affect sukuk ratings, corporate governance had a positive effect on sukuk ratings. Corporate Governance (GCG) weakens the effect of collateral status on sukuk ratings. Corporate Governance (GCG) strengthens the effect of profitability on sukuk ratings. Corporate Governance (GCG) weakens the influence of sukuk structure on sukuk ratings.

Keywords: *Sukuk Rating; Guarantee Status; Sukuk Structure; Profitability; Corporate Governance*

Abstrak - Tujuan penelitian ini untuk menguji dan menganalisis hubungan regresional antar variabel status jaminan, struktur sukuk, profitabilitas, dan tata kelola perusahaan terhadap peringkat sukuk dengan moderating tata kelola perusahaan sedangkan variabel status jaminan dan struktur sukuk diukur oleh variabel dummy pada perusahaan penerbit sukuk yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Metode penelitian ini menggunakan dokumentasi dengan cara mengunduh laporan keuangan pada periode 2014-2018 yang diterbitkan oleh Bursa Efek Indonesia (BEI). Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi data panel dengan menggunakan software *E-Views 9*. Selain itu dilakukan uji asumsi klasik yaitu uji normalitas. Hasil penelitian menunjukkan hasil secara parsial bahwa variabel status jaminan, profitabilitas, dan struktur sukuk tidak berpengaruh terhadap peringkat sukuk, tata kelola perusahaan berpengaruh positif terhadap peringkat sukuk. Tata Kelola Perusahaan (GCG) memperlemah pengaruh antara status jaminan terhadap peringkat sukuk. Tata Kelola Perusahaan (GCG) memperkuat pengaruh antara profitabilitas terhadap peringkat sukuk. Tata Kelola Perusahaan (GCG) memperlemah pengaruh antara struktur sukuk terhadap peringkat sukuk.

Kata Kunci: *Peringkat Sukuk, Status Jaminan; Struktur Sukuk; Profitabilitas; Tata Kelola Perusahaan*

NCAB 7_039

Pengaruh Keputusan Investasi, Keputusan Pendanaan dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Samsu Anhari Faujianto¹, Atmaji²

¹Magister Manajemen, Universitas Sebelas Maret, Jl. Ir. Sutami No. 36 A Pucangsawit, Surakarta, 57126, Indonesia

E-mail: samsuanhari@gmail.com

²Universitas Sebelas Maret, Jl. Ir. Sutami No. 36 A Pucangsawit, Surakarta, 57126, Indonesia

E-mail: atm.darma@gmail.com

Abstract— This research is aimed to know the influence of investment decision, funding decision and profitability partially, simultaneously, dominantly toward company value at property company, real estate and building construction sector listed in the Indonesian Stock Exchange from 2014 to 2018. The research method in this study uses quantitative methods and is categorized into causal research. Samples were taken using a purposive sampling method based on certain criteria. The populations of this research are all companies of property, real estate and building construction listed in the Indonesian Stock Exchange from 2014 to 2018. The population of 76 companies obtained by 47 companies is as research sample. The analysis data uses the Analysis Multiple Linier Regressions. Based on these data, the expected outcome is that the investment decision influences significantly toward the company value. The funding decision influences significantly toward the company value. Profitability influences significantly toward the company value. Simultaneously investment decisions, funding decisions and profitability have a significant effect on firm value. The profitability variability influences dominantly toward the company value.

Keywords— *Investment Decision; Funding Decision; Profitability; Firm Value*

Abstrak— Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh keputusan investasi, keputusan pendanaan dan profitabilitas secara parsial, simultan dan dominan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan property, real estate dan building construction yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2018. Metode penelitian dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan dikategorikan ke dalam penelitian kausal. Sampel diambil dengan menggunakan metode purposive sampling yang didasarkan pada kriteria tertentu. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan property, real estate dan building construction yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2018. Dari populasi sebanyak 76 perusahaan diperoleh 47 perusahaan sebagai sampel penelitian. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan Analisis Regresi Linier Berganda. Berdasarkan data tersebut, maka hasil yang diharapkan adalah keputusan investasi berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Keputusan pendanaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Secara simultan keputusan investasi, keputusan pendanaan dan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Variabel profitabilitas berpengaruh dominan terhadap nilai perusahaan.

Kata kunci— *Keputusan Investasi; Keputusan Pendanaan; Profitabilitas; Nilai Perusahaan*

NCAB 7_069

Model Peningkatan Nilai Perusahaan Melalui Mekanisme *Good Corporate Governance, Working capital, management, Kinerja Keuangan*

Sholikah¹, Widiyanto².

¹Magister Manajemen, Universitas Islam Sultan Agung, Semarang, 50112, Indonesia
sholikahmm@std.unissula.ac.id

²Universitas Islam Sultan Agung, Semarang, 50112, Indonesia.
E-mail: Widiyantomch@gmail.com

Abstract—*This study aims to develop a Prediction Model of Good Corporate Governance, Working Capital Management of Firm Value with Financial Performance as an intervening variable. The Good Corporate Governance mechanism used in this study is the Independent Board of Commissioners. While the company's financial performance used in this study was calculated by Return On Assets (ROA). Firm Value used in this study was calculated using the Tobin'Q formula. Samples were selected using the Purposive Sampling method. The data used in this study was analyzed by Panel Data regression analysis with the help of Software Eviews 10. The research sample was at LQ45 companies listed on the Indonesia Stock Exchange in the 2008-2018 Period. The research model of thinking framework is further discussed in the discussion.*

Keywords— *Firm Value, Financial Performance, Good Corporate Governance. Working capital management.*

Abstrak—Penelitian ini bertujuan untuk menyusun Model Prediksi *Good Corporate Governance, Working Capital Management* terhadap *Firm Value* dengan Kinerja Keuangan sebagai variabel intervening. Mekanisme *Good Corporate Governance* yang digunakan dalam penelitian ini adalah Dewan Komisaris Independen. Sedangkan Kinerja Keuangan perusahaan yang digunakan dalam penelitian ini dihitung dengan *Return On Asset (ROA)*. Nilai Perusahaan yang digunakan dalam penelitian ini dihitung dengan rumus *Tobin'Q*. Sampel dipilih menggunakan metode *Purposive Sampling*. Data yang digunakan dalam penelitian ini di analisis regresi Data Panel dengan bantuan Software *Eviews 10*. Sampel penelitian terdapat 36 perusahaan pada perusahaan LQ45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada Periode 2008-2018. Hasil penelitian membuktikan bahwa *Good Corporate Governance, working capital management*, berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Keuangan dan *Working capital management*, Kinerja Keuangan berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan sedangkan *Good Corporate Governance* tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan

Kata kunci— *Nilai Perusahaan, Kinerja Keuangan, Good Corporate Governance. Working capital management.*

NCAB 7_061

Mekanisme *Corporate Governance* Dalam Peningkatan *Firm Value*

Sri Rohmah¹, Ibnu Khajar²

¹ Magister Manajemen, Universitas Islam Sultan Agung, Semarang, 50112, Indonesia
srirohmahmm@std.unissula.ac.id

² Universitas Islam Sultan Agung, Semarang, 50112, Indonesia
ibnukhajar@unissula.ac.id

Abstract — Firm Value is the main goal of the company that describes the prosperity of shareholders. Firm Value is a reference for investors in their investment decisions. Firm Value Conditions at companies vary, and experience fluctuations. One of the factors that influence Firm Value is the corporate governance mechanism. This study aims to analyze the mechanism of Corporate Governance towards increasing Firm Value. This study is different from previous studies because in this study Corporate Governance Audit Quality indicators are usually seen from the many at least clients, education level, length of relationship with clients and peer review, in this study Audit Quality is seen through the Big Four Auditors. Where the Big Four Auditors are independent auditing institutions that have been reputed throughout the world, so that the quality of the resulting audit will be of higher quality. The population in this study are companies registered in the Jakarta Islamic Index. While the sample is a company that during the year (2014-2018) had not experienced delisting in the Jakarta Islamic Index obtained 75. Data analysis in this study used Smart PLS 3.0. The result showed that the Independent Board of Commissioners Size and Audit Quality had a positive effect on Firm Value, While the Audit Committee Size has no significant positive effect (no effect) on Firm Value.

Keywords— Firm Value, Corporate Governance, Independent Board of Commissioners Size, Audit Committee Size, Audit Quality.

Abstrak—*Firm Value* merupakan tujuan utama perusahaan yang menggambarkan kemakmuran para *shareholder*. *Firm Value* menjadi acuan para investor dalam keputusan investasinya. Kondisi *Firm Value* pada perusahaan berbeda-beda, dan mengalami fluktuasi. Salah satu faktor yang mempengaruhi *Firm Value* adalah mekanisme tata kelola perusahaan (*Corporate Governance*). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis mekanisme *Corporate Governance* terhadap peningkatan *Firm Value*. Penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya karena dalam penelitian ini *Corporate Governance* indikator Kualitas Audit yang biasanya dilihat dari banyak sedikitnya klien, tingkat pendidikan, lama hubungan dengan klien serta telaah sesama auditor, pada penelitian ini Kualitas Audit dilihat melalui *Big Four Auditor*. Dimana *Big Four Auditor* adalah lembaga auditor independen yang sudah bereputasi di seluruh dunia, sehingga kualitas audit yang dihasilkan akan lebih berkualitas. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan yang terdaftar dalam *Jakarta Islamic Index*. Sedangkan sampelnya adalah perusahaan yang selama tahun (2014-2018) asecara berturut-turut tidak mengalami *delisting* dalam *Jakarta Islamic Index* diperoleh 75. Analisis data pada penelitian ini menggunakan *Smart PLS 3*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Ukuran Dewan Komisaris Independen dan Kualitas Audit berpengaruh positif terhadap *Firm Value*. Sedangkan Ukuran Komite Audit berpengaruh positif tidak signifikan (tidak berpengaruh) terhadap *Firm Value*.

Kata kunci— *Firm Value*, *Corporate Governance*, Ukuran Dewan Komisaris Independen, Ukuran Komite Audit, Kualitas Audit.

NCAB 7_034

Pendekatan Perilaku *Small Enterprise Business* Dalam Memanfaatkan Bank Syariah

Panengah Trapsilaning Putri¹, Bambang Hadinugroho², Budhi Haryanto³

¹Magister Manajemen, Universitas Sebelas Maret Surakarta, Jl. Ir Sutami No.36A, Kota Surakarta, 57126, Indonesia
E-mail : putriisilaa@gmail.com

² Magister Manajemen, Universitas Sebelas Maret Surakarta, Jl. Ir Sutami No.36A, Kota Surakarta, 57126, Indonesia
E-mail : bambanghadinugroho@yahoo.com

³ Magister Manajemen, Universitas Sebelas Maret Surakarta, Jl. Ir Sutami No.36A, Kota Surakarta, 57126, Indonesia
E-mail : budhiharyanto@yahoo.com

Abstract - This study aims to determine the behavior of Small Enterprise Business or well-known as UMKM in utilizing Islamic banks to support the country's economy. Indonesia should be the largest Muslim Country in the world should make islamic banks superior compared to conventional banks. However, loans issued by Islamic banks were only 11,074 billion, which is very small compared to conventional bank, in the amount of 5,561,328 billion. Though Islamic banking creates services by developing products to meet customer needs, and continues to innovate in accordance with the times. This research carries the concept of Islamic Values and Syirkah which can influence Debt Decision Making in Islamic Banks by using the attitude of UMKM Entrepreneurs and in moderation with Religiously. The research method used is quantitative by distributing online questionnaires to UMKM entrepreneurs, data collected using probability sampling with a sample of 250 entrepreneurs. The data obtained will be analyzed using the Structural Equation Model (SEM). The stimulus offered by Islamic banks related to the islamic value and syirkah as Muslim guidance and individual religiously contribute to implicitly and explicitly influencing attitudes by increas in islamic bank customers.

Keywords - *Islamic Values; Syirkah; Attitude; Debt Decision; Islamic Bank; UMKM; Religiously*

Abstrak - Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perilaku *Small Enterprise Business* atau yang terkenal dengan UMKM dalam memanfaatkan bank syariah guna menunjang perekonomian Negara. Selayaknya Indonesia merupakan Negara muslim terbesar di dunia seharusnya menjadikan bank syariah unggul dibandingkan bank konvensional. Namun kredit yang dikeluarkan bank syariah hanya sebesar 11.074 Milyar sangat kecil jika dibandingkan bank konvensional sebesar 5.561.328 Milyar. Padahal Perbankan syariah menciptakan layanan dengan mengembangkan produk guna memenuhi kebutuhan pelanggan, dan terus berinovasi sesuai dengan perkembangan zaman. Penelitian ini mengusung konsep Nilai Islam dan Syirkah dapat memberikan pengaruh terhadap Pengambilan Keputusan Hutang di Bank Syariah dengan menggunakan sikap Pengusaha UMKM serta di moderasi dengan Religiusitas. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan membagikan kuesioner secara online kepada pengusaha UMKM, data dikumpulkan menggunakan *probability sampling* dengan sampel sebanyak 250 pengusaha. Data yang diperoleh akan dianalisis menggunakan *Structural Equation Model* (SEM). Stimulus yang di tawarkan oleh bank syariah terkait dengan nilai islam dan syirkah sebagai tuntunan muslim di tambah dengan religiusitas individu berkontribusi mempengaruhi sikap secara implisit dan eksplisit dengan meningkatkan nasabah bank syariah.

Kata kunci - *Nilai Islam; Syirkah; Sikap; Keputusan Hutang; Bank Syariah; UMKM; Religiusitas*

NCAB 7_055

**Model Penentu Dana Tabarru' Dengan Tata Kelola
Perusahaan Pada Asuransi Umum Syariah Di Indonesia**

Amalia Dewi Ikawati¹, Hj. Nunung Ghoniyah²

¹Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Sultan Agung, Semarang, Indonesia
Email: amalia.ad30@gmail.com

²Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Sutan Agung, Semarang, Indonesia
Email: nunung@unissula.ac.id

ABSTRACT- *The purpose of this research is to test and analyze the factors of growth and study 'which are motivated by the phenomenon and the existence of a research gap that occurred in previous studies. There are several factors that can influence the rules of the land, among others, the claims and claims. Therefore in this research, corporate governance is included as a moderating variable whose purpose is to contribute to the gap of factors that can influence the growth of tabarru funds 'and to strengthen the effect between premium growth and claim expense growth on tabarru fund growth'. This study uses secondary data by taking data in financial statements in every Islamic insurance company in Indonesia that is registered with the Financial Services Authority. The data obtained is processed using an E-Views analysis.*

ABSTRAK - Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis faktor-faktor penentu pertumbuhan danatabarru' yang dilatarbelakangi dengan adanya fenomena dan adanya *research gap* yang terjadi pada penelitian terdahulu. Terdapat beberapafaktor yang dapat mempengaruhi dana tanarru' antara lain adalah premi dan beban klaim. Oleh karena itu dalam penelitian ini dimasukkan tata kelola perusahaan sebagai variabel moderating yang tujuannya untuk memberikan kontribusi terjadinya gap faktor-faktor yang dapat berpengaruh terhadap pertumbuhan dana tabarru' dan untuk memperkuat pengaruh antara pertumbuhan premi dan pertumbuhan beban klaim terhadap pertumbuhan dana tabarru'. Penelitian ini menggunakan data sekunder dengan mengambil data dalam laporan keuangan pada setiap perusahaan asuransi umum syariah di Indonesia yang terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan. Hasil data yang diperoleh akan diolah menggunakan analisis *E-Views*.

Kata Kunci : *Premi, bebanklaim, tatakelolaperusahaan, dandanatabarru'.*

NCAB 7_070

Peran *Corporate Governance* dalam Memoderasi Pengaruh *Cash Holding* Terhadap *Firm Value*

Ayu Rakhmawati Kusumaningtyas¹, Ibnu Khajar²

¹Magister Manajemen, Universitas Islam Sultan Agung, Semarang, 50112, Indonesia

Email: arkusumaningtyas@std.unissula.ac.id

² Universitas Islam Sultan Agung, Semarang, 50112, Indonesia

Email: Didijhon58@yahoo.co.id

Abstract— *Maximizing the value of the company is a reflection of the prosperity of the shareholders is the main goal of public companies. Cash holding which shows the amount of cash investment owned by the company in a certain period is one of the determinants of many other factors on the value of the company. Many studies have been done but the results are still very diverse. It is interesting to review and fill the research gap with a new model by entering two new variables, namely corporate governance, which functions to mediate the influence of cash holding on firm value and Firm Size as a control variable. This study aims to build a research model / framework related to the topic which so far has not been much researched. The research model / framework of thinking is further discussed in the discussion.*

Keyword— *Cash Holding, Nilai Perusahaan, Firm Size dan Corporate Government*

Abstrak—Maksimisasi nilai perusahaan refleksi dari kemakmuran para pemegang saham merupakan tujuan utama perusahaan public. *Cash holding* yang menunjukkan jumlah investasi kas yang dimiliki perusahaan pada suatu periode tertentu merupakan salah satu determinan dari sekian banyak faktor lain terhadap nilai perusahaan. Banyak penelitian telah dilakukan namun hasil masih sangat beragam. Menarik untuk diteliti kembali serta untuk mengisi *research gap* diajukan suatu model dengan memasukkan dua variable baru yaitu *corporate governance* yang berfungsi memediasi pengaruh *cash holding* terhadap nilai perusahaan dan *Firm Size* sebagai variable control. Penelitian ini bertujuan membangun sebuah model penelitian / kerangka pikir terkait topic tersebut yang selama ini penelitian belum banyak diteliti. Model penelitian / kerangka berpikir lebih lanjut dibahas pada pembahasan.

Kata kunci— *Cash Holding, Nilai Perusahaan, Firm Size, Corporate Government*

NCAB 7_022

Peran Asset Growth Dan Business Risk Dalam Memoderasi Hubungan Profitability Terhadap Capital Structure Pada Perusahaan Go Public Di BEI

Moh Khafid afandi¹, Mutamimah²

¹Magister Manajemen FE Unissula

Email: afandimk@gmail.com

Abstract- *Capital Structure* komposisi pendanaan optimal sangat diperlukan dalam pengelolaan keuangan perusahaan, Sehingga resiko kegagalan dapat diminimalisir dan tingkat laba pemegang saham akan membaik. Penelitian sebelumnya *capital structure* perusahaan dipengaruhi oleh *profitability* dalam kebijakan keuangannya. Pada penelitian ini *asset growth* dan *bussines risk* akan digunakan sebagai variable moderasi *profitability* terhadap *capital structure*. Tujuan penelitian ini untuk menguji peran *profitability* dalam pengambilan kebijakan keuangan. Penelitian ini merupakan penelitian explanasi dengan data sekunder perusahaan yang terdaftar di bursa efek Jakarta pada tahun 2010 – 2018. Analisis data adalah penelitian ini menggunakan eviews 9. Hasil penelitian *profitability* memiliki pengaruh terhadap struktur modal. *asset growth* dan *bussines risk* tidak memiliki pengaruh. *Bussines risk* dapat memoderasi *profitability* terhadap *capital structure*, tetapi *asset growth* tidak dapat memoderasi.

Keyword : *Capital Structure, Profitability, Asset Growth, dan Bussines Risk*

ISBN 978-623-90018-5-8



7th **NCAB 2020**
NATIONAL CONFERENCE ON APPLIED BUSINESS