

SNAB 2012

Seminar Nasional
Akuntansi & Bisnis

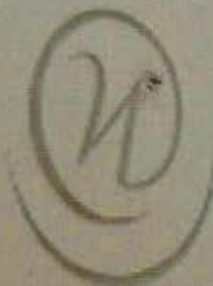
B.1.3

PROCEEDINGS

**Perkembangan Peran Akuntansi
dalam Bisnis yang Profesional**

Selasa, 27 Maret 2012
Bandung, Jawa Barat

UNIVERSITAS WIDYATAMA



l'Arc d'Academia

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	ii
SUSUNAN DEWAN REDAKSI	iv
SUSUNAN PANITIA	v
DAFTAR ISI	viii
KEYNOTE SPEAKER Menteri PPN/Kepala BAPPENAS.....	1
INVITE SPEAKER Ketua BAPEPAM-LK	5
INVITE SPEAKER Anggota DPN IAI.....	9
INVITE SPEAKER Kopertis Wilayah 4 Jabar Banten.....	16
INVITE SPEAKER Rektor Universitas Widyatama Bandung	23
Pemakalah :	
001-Good Corporate Governance dan Reaksi Investor terhadap Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Studi Pada Emiten Manufaktur di Bursa Efek Indonesia) Nuraini A Universitas Syiah Kuala.....	29 – 37
002-Pengaruh Good Corporate Governance terhadap Kinerja Perusahaan dengan Kualitas Laba sebagai Variabel Intervening Meirrisa, Istianingsih Universitas Tarumanagara.....	38 – 49
003-Pengaruh Penerapan Mekanisme Good Corporate Governance terhadap Praktik Manajemen Laba Yoane Virginike Purbany, Ivan Aries Setiawan STIE STAN Indonesia Mandiri.....	50 – 59
004-Pengaruh Good Corporate Governance terhadap Kinerja Keuangan dengan Economic Value Added (EVA) sebagai Indikator Pengukuran Kinerja Nyla Hidayati, Ivan Aries Setiawan STIE STAN Indonesia Mandiri.....	60 – 69
005-Pengaruh Penerapan Corporate Governance terhadap Kualitas Akrua Aloysius Harry Mukti.....	70 – 77
009-The Effect of Outside Directors On Board of Directors and Classification of Audit Firms Toward Earnings Management Yoga Tantular Rachman Universitas Widyatama.....	78 – 90

010-Pengaruh Diversifikasi Dengan Indeks <i>Entropy</i> terhadap <i>Excess Value</i>, dengan Kepemilikan Manajerial sebagai Variabel Moderasi: Studi Empiris Pada Perusahaan Publik di Indonesia Tonny Kurniawan, Carmel Meiden, Joko Sangaji Institut Bisnis dan Informatika Indonesia.....	91 – 98
011-Pengaruh Struktur Kepemilikan dan <i>Good Corporate Governance</i> terhadap Kinerja Keuangan BUMN Muslim Al Kautsar, Achmad Fadjar Universitas Garut.....	99 – 106
012-Model Interpretasi Laporan Keuangan Integrasi Hermeneutika Gadamer dan Derrida Apollo Daito Universitas Tarumanagara.....	107 – 123
013-Ekonomi Syariah di Indonesia Nurdin, Sendi Gusnandar Arnan Universitas Widyatama.....	124 – 130
014-Analisis Praktik Pengungkapan <i>Intellectual Capital</i> pada Website Peraih <i>QS-Stars</i> Ihyaul Ulum, Rizky Yudhi Pratiwi Universitas Muhammadiyah.....	131 – 142
015-Pengaruh Karakteristik dan Struktur Modal Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Yunita, Istianingsih Universitas Tarumanagara.....	143 – 153
017-Pengaruh Mekanisme <i>Corporate Governance</i>, Ukuran Perusahaan, dan <i>Leverage</i> terhadap Manajemen Laba dan Pengaruhnya terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Raras Mahiswari, Paskah Ika Nugroho Universitas Kristen Satya Wacana.....	154 – 163
018-Tingkat Kesehatan Bank dan Manajemen Laba Nuraini, Adeka Mulyana Universitas Syiah Kuala.....	164 – 172
020-Persepsi UMKM tentang Faktor-faktor yang Mendorong Keinginan Menyusun Laporan Keuangan UMKM di Kota Medan Rini Indahwati, Deliana Politeknik Negeri Medan.....	173 – 189
021-Pengaruh Tingkat Pengungkapan Aktiva Tidak Berwujud dalam Laporan Tahunan terhadap Reaksi Investor dalam Harga Saham Sylvia Fettry E.M., Rina Yuliasuty Asmara Universitas Katolik Parahyangan.....	190 – 202

022-Analisis Perbandingan Efisiensi Bank Swasta Nasional dengan Bank Pembangunan Daerah (BPD) di Indonesia Hamdi Agustin Universitas Islam Riau.....	203 – 211
025-Pengaruh Informasi Asimetri, Kinerja Masa Kini dan Kinerja Masa Depan terhadap <i>Earnings Management</i> Pada Perusahaan Manufaktur yang <i>Go Public</i> dari Tahun 2006-2008 Rousilita Suhendah, Elsa Imelda Universitas Tarumanagara.....	212 – 221
026-Pengaruh Pengungkapan Laporan Keuangan dan Asimetri Informasi terhadap <i>Cost of Equity Capital</i> Perusahaan <i>Go Public</i> di BEI Tahun 2006-2008 Rousilita Suhendah Universitas Tarumanagara.....	222 – 233
027-Pengaruh <i>Economic Value Added</i>, <i>Earnings</i>, dan Arus Kas Operasi terhadap <i>Return</i> yang diterima oleh Pemegang Saham Shaula Novia Leiwakabessy, Leni Susanti STIE STAN Indonesia Mandiri.....	234 – 243
028-Pengaruh Faktor-faktor Internal Perusahaan terhadap Ketepatan Waktu Pelaporan Keuangan Perusahaan Perbankan yang Listing di Bursa Efek Indonesia Periode 2007-2009 Siska Afianti, Ferdiansyah Ritonga STIE STAN Indonesia Mandiri.....	244 – 253
029-Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Luas Pengungkapan serta Implikasinya terhadap Asimetri Informasi Delivani Dewi Astuti, Ferdiansyah Ritonga STIE STAN Indonesia Mandiri.....	254 – 262
030-Pengaruh Laba dan Nilai Buku Ekuitas terhadap Harga Saham dengan <i>Book Tax Differences</i> sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Vanistya, Carmel Meiden, Joko Sangaji Institut Bisnis dan Informatika Indonesia.....	263 – 273
032-<i>Intellectual Capital</i>: Konsep, Model dan Aplikasi Norita, Prima Budinewita Institut Manajemen Telkom.....	274 – 283
033-Analisis Pengungkapan <i>Intellectual Capital</i> pada <i>Official Website</i> Peraih <i>QS Star</i> di Indonesia 2011; Komparasi antara Perguruan Tinggi Negeri (PTN) dan Swasta (PTS) Indra Cahyuni, Ihyaul Ulum, Adi Prasetyo Universitas Muhammadiyah Malang.....	284 – 292

034-Aspek Konservatisme Akuntansi sebagai Dilema dalam Penerapan Konvergensi IFRS di Indonesia Tutik Arniati STIE Malangkuçewara Malang.....	293 – 301
035-Faktor-faktor yang Mempengaruhi Struktur Modal serta Pengaruh Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan Amelia Surya, Rizka I. Arfianti, Budi Hermawan Institut Bisnis dan Informatika Indonesia.....	302 -308
036-Faktor-faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility sebagai Variabel Intervening Aneke Sumarli, Amelia Sandra, Budi Hermawan Institut Bisnis dan Informatika Indonesia.....	309 – 319
037-Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan dan Konservatisme Pada Perusahaan Perbankan Tahun 2009-2010 Melysa, Carmel Meiden, Budi Hermawan Institut Bisnis dan Informatika Indonesia.....	320 – 328
038-Pengaruh Optimalisasi Jangka Pendek Manajemen Pada Tingkat Pengungkapan Informasi Sukarela Perusahaan Paulina Sutrisno Universitas Kristen Satya Wacana.....	329 – 336
039-Faktor-faktor yang Mempengaruhi Rasio Profitabilitas dan Opini Audit Going Concern pada Perusahaan Manufaktur dan Properti dan Real Estate Tahun 2006 – 2010 Shirlina, Mulyani, Budi Hermawan Institut Bisnis dan Informatika Indonesia.....	337 – 346
040-Pengaruh Earnings Management terhadap Nilai Perusahaan dengan Intervening Profitabilitas dan Moderating Praktek Corporate Governance Suryani Ernawati, Rizka I. Arfianti, Budi Hermawan Institut Bisnis dan Informatika Indonesia.....	347 – 356
041-Faktor-faktor yang Mempengaruhi Excess Value dan Kepercayaan Investor Yenni, Mulyani, Budi Hermawan Institut Bisnis dan Informatika Indonesia.....	357 – 368
042-Pengujian Value Relevance antara Laba Bersih dan Arus Kas dihubungkan dengan Siklus Hidup Perusahaan Widanarni Pudjiastuti, Daniel Wijaya STIE Malangkuçewara Malang.....	369 – 380
043-Analisis Keunggulan Reksa Dana Syariah di Indonesia Istutik, M. Musa Arrazif STIE Malangkuçewara Malang.....	381 – 394

044-Analisis Faktor-faktor Penentu Harga Saham-saham Perusahaan yang Listed di JII Bunyamin STIE Malangkuçeçwara Malang.....	395 – 403
045-Survey Atas Pemahaman Akuntansi Penyusun Laporan Keuangan BKM Darti Djuhari, Dinar Astri STIE Malangkuçeçwara Malang.....	404 – 413
046-Analisis Penerapan PSAK 50 dan 55 (Revisi 2006) pada PT. Jasa Marga (Persero) Sendi Gusnandar Aman, Rurin Nevi Navisah Universitas Widyatama.....	414 – 425
047-Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Laba Pramadita Rizky, Deannes Isyuardhana Institut Manajemen Telkom.....	426 – 434
048-Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Prediksi Kesulitan Keuangan dengan Menggunakan Metode Altman serta Dampaknya terhadap Return Saham pada Perusahaan-perusahaan yang Bergerak pada Sektor <i>Consumer Good</i> di Bursa Efek Indonesia Dudi Rudianto, Tetty Sari Rahmiati Universitas Bakrie.....	435 – 445
049-Arus Kas Operasi dan Return Saham: Persistensi Laba sebagai <i>Variabel Intervening</i> Jurica Lucyanda, Elsha Parawira Putri Universitas Bakrie.....	446 – 453
050- <i>Internet Financial Reporting Index</i> Perusahaan Publik Terbesar di Indonesia dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya Deasy Ratna Puri, Ihyaul Ulum, A. Syaiful Hidayat Anwar Universitas Muhammadiyah Malang.....	454 – 464
051-Studi Reaksi Pasar Modal Indonesia terhadap Aksi Korporasi Perusahaan yaitu <i>Initial Public Offering</i> (IPO) di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010 Daniel Sugama Stephanus, Tarsisius Renald Suganda Universitas Ma Chung.....	465 – 475
052-Pengaruh <i>Book Tax Different</i> terhadap <i>Cost of Equity</i> Indah Masri Universitas Indonesia.....	476 – 484
053-Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Kelengkapan Pengungkapan Laporan Keuangan Dessy Indryani Fauziah, Venti Yustianti Martina Institut Manajemen Telkom.....	485 – 493

054-Human Capital dan Kendala Penerapannya dalam Laporan Keuangan Syakieb Arsalan Universitas Widyatama.....	494 – 503
055-Perbedaan Kinerja Reksadana Syariah Indonesia dan Malaysia dengan Sharpe's Model Indah Yuliana Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.....	504 – 513
056-Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Profitabilitas Perusahaan (Survey pada Perusahaan Industri Semen yang Listing di BEI) Multafia Almar, Rima Rachmawati, Asfia Murni Universitas Widyatama.....	514 – 526
057-Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Tingkat Keluasan Pengungkapan Informasi Dalam laporan Tahunan Chandra Efrata Sembiring, Erly Sherlita Universitas Widyatama.....	527 – 532
058-Pengaruh Negosiasi Debt Contract dan Political Cost Perusahaan untuk Melakukan Revaluasi Aset Tetap Egy Firmansyah, Erly Sherlita Universitas Widyatama.....	533 – 539
061-Penyusunan dan Realisasi Anggaran Kas pada Koperasi Pegawai Telkom (Kopegtel) Kantor Divre III Bandung Debbie Christine, Nike Ernawati Universitas Widyatama.....	540 – 548
062-Pengaruh Penerapan Anggaran dengan Menggunakan Metode Planning Programming Budgeting System terhadap Pengelolaan Keuangan pada Kecamatan Bojongloa Kaler Kota Bandung Surya Ramadhan Noor Politeknik Pos Indonesia.....	549 – 556
064-Pengaruh Pembimbingan terhadap Pertimbangan Manager tentang Harga Transfer Negosiasi Antonius Grivaldi Sondakh Universitas Lambung Mangkurat.....	557 – 563
065-Pengaruh Sistem Pengendalian Manajemen dan Budaya Organisasi terhadap Tingkat Kesehatan Perusahaan Achmad Fadjar, Muslim Al Kautsar Universitas Widyatama.....	564 – 569

066-Tinjauan atas Perlakuan Akuntansi untuk Produk Cacat dan Produk Rusak pada PT. Indo Pacific Shinta Dewi Herawati, Indri Cahya Lestari Universitas Widyatama.....	570 – 583
068-Efek Moderasi Profesionalisme Auditor terhadap Pengaruh <i>Inherent Risk</i> dan <i>Control Risk</i> terhadap <i>Audit Planning</i> Dityatama, Poppy Sofia Koeswayo Universitas Padjadjaran.....	584 – 596
069-Dapatkah Kualitas Audit Mengurangi Biaya Modal Ekuitas <i>Ex-Ante</i>? Studi Perusahaan Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Antonius Herusetya Universitas Pelita Harapan.....	597 – 605
070-Pengaruh Kompetensi Auditor Internal terhadap Efektifitas Fungsi Audit Internal serta Implikasinya pada Pendeteksian <i>Fraudulent Financial Reporting</i> Rozmita Dewi Yuniarti R Universitas Pendidikan Indonesia.....	606 – 613
071-Pengaruh Kompetensi dan Independensi terhadap <i>Due Professional Care</i> dan Dampaknya terhadap Kualitas Audit Internal Dityatama, Poppy Sofia Koeswayo Universitas Padjadjaran.....	614 – 624
072-Pengaruh Kompetensi dan Independensi Auditor Internal terhadap Risiko Pengendalian Internal Bambang Jatmiko Politeknik Pos Indonesia.....	625 – 634
073-Pengaruh Kompetensi dan Independensi Auditor terhadap Kualitas Hasil Pemeriksaan Indra Firmansyah Politeknik Pos Indonesia.....	635 – 641
074-Pengaruh Diversifikasi Perusahaan terhadap <i>Excess Value</i> dengan Kepemilikan Managerial dan Kepemilikan Institusional sebagai Variabel Moderasi pada Perusahaan Manufaktur, Properti dan <i>Real Estate</i>, serta Pertumbuhannya Meliana Suryadi, Carmel Meiden, Tumpal J.R. Sitinjak Institut Bisnis dan Informatika Indonesia.....	642 -652
075-Pengaruh Kondisi Keuangan, Reputasi Auditor, <i>Disclosure</i>, dan <i>Corporate Governance</i> terhadap Penerimaan Opini Audit <i>Going Concern</i> Novialina, Irene Herdjiono, Evelyn Universitas Pelita Harapan.....	653 – 661

076-Analisis Peran Komite Audit yang Efektif dan Independensi Dewan Komisaris Irma Juliana Sitorus Universitas Widyatama.....	662 – 668
077-Pengaruh Internal Audit dan Remunerasi serta Sistem Informasi Manajemen terhadap Ketepatan Waktu dalam Penyusunan Laporan Keuangan Syafidinal Universitas Widyatama.....	669 – 679
078-Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Auditor Switching pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Reyvan Yunus, Amelia Sandra, Dergibson Siagian Institut Bisnis dan Informatika Indonesia.....	680 – 689
079-Perbedaan Kinerja Auditor berdasarkan Gender Sifa Fauziah, Enggar Diah Puspa Arum Universitas Jambi.....	690 – 699
080-Pengaruh Penaksiran Risiko (<i>Risk Assessment</i>) terhadap Tingkat Materialitas pada PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Dini Wahyu Hapsari Politeknik Pos Indonesia.....	700 – 706
081-Analisis Faktor yang Mempengaruhi Pelaksanaan Audit Berbasis Teknologi Informasi Elsa Imelda, Michelle Kristian Universitas Tarumanagara.....	707 – 717
082-Pengaruh Pengendalian Internal terhadap Transparansi Laporan Keuangan Pemerintah Daerah Diana Sari Universitas Widyatama.....	718 – 727
083-Pengaruh <i>Financial Distress</i>, <i>Leverage</i>, <i>Audit Lag</i>, <i>Audit Client Tenure</i> dan Komite Audit Independen terhadap Pemberian Opini Audit <i>Going Concern</i> oleh Kantor Akuntan Publik (Studi Pada Perusahaan <i>Real Estate</i> dan Properti di Bursa Efek Indonesia Periode 2006 – 2010) Karlina Indrianty, Cahyaningsih Institut Manajemen Telkom.....	728 – 737
084-Analisis Determinan <i>Audit Delay</i> Amanda Meidiana Putri, Majidah Institut Manajemen Telkom.....	738 – 748
085-Analisis Efektivitas Pengendalian Internal Pemberian Kredit PT. Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Tanaoba Lais Manekat Aryananda Marthin Roy Ghunu, Sehat E. Ginting, Bobby W. Saputra STIE Harapan Bangsa.....	749 – 759

090-Adaptasi Model <i>Delone</i> dan <i>McLean</i> yang Dimodifikasi Guna Menguji Keberhasilan Implementasi <i>Software</i> Akuntansi Andreas Rudolf Anton, MI Mitha Dwi Restuti Universitas Pelita Harapan.....	760 – 766
091-Pengaruh Budaya Organisasi terhadap Sistem Informasi Akuntansi dan Dampaknya terhadap Kualitas Informasi pada Lembaga Pengelola Zakat di Bandung Adeh Ratna Komala Universitas Nasional PASIM.....	767 – 775
092-Pembuatan Media Pembelajaran Interaktif <i>Electric Bass</i> untuk Tingkat Pemula Saut Siagian, Iwan Rijayana Universitas Widyatama.....	776 – 780
096-Sistem Pendukung Keputusan untuk Memilih Kendaraan Bekas dengan Menggunakan Metode <i>Analytic Hierarchy Process (AHP)</i> Sukenda, Zeny Prima Afrizone Universitas Widyatama.....	781 – 789
098-Analisis Tingkat Penerimaan Mahasiswa terhadap Penggunaan Teknologi Internet Desrir Miftah, Julina, Irien Violinda Anggriani.....	790 – 797
099-Hubungan <i>Academic Self-Efficacy</i> dan Kecurangan Teknologi Informasi Hendra Gunawan Politeknik Negeri Batam.....	798 – 802
100-Aplikasi <i>SMS Reminder</i> untuk Meningkatkan Kepatuhan Wajib Pajak agar Membayar serta Melaporkan SPT Pajak Tepat Waktu: Sebuah Usulan untuk Direktorat Jenderal Pajak serta Kantor Pelayanan Pajak di Indonesia Henri Agustin Universitas Negeri Padang.....	803 – 812
106-Dampak Efisiensi Belanja Publik Pendidikan terhadap Kualitas SDM dan Pertumbuhan Ekonomi Erwin Saraswati Universitas Brawijaya.....	813 – 821
107-Pengaruh Penerapan Pengendalian Intern terhadap Peningkatan Kepercayaan Masyarakat R. Ait Novatiani, Ilham Feriansyah Universitas Widyatama.....	822 – 830

108-Analisis Laporan Keuangan untuk Menilai Kinerja Keuangan Pemerintah Kabupaten Bandung Ira Novianty, Yeti Apriliawati Politeknik Negeri Bandung.....	831 – 840
109-Analisis Pengaruh Implementasi Pengendalian Intern dan Total Quality Management Terhadap Kinerja Organisasi (Studi Pada Lembaga Amil Zakat Seluruh Indonesia) Sri Fadilah Universitas Islam Bandung.....	841 – 851
110-Reformasi dan Profesionalisme Pegawai Ditjen Pajak: Faktor Penting dalam Meningkatkan Penerimaan Pajak Memed Sueb, Nur Hidayat Universitas Padjadjaran.....	852 – 861
111-Pengaruh Komitmen Kepala Daerah terhadap Kualitas Laporan Keuangan Pemerintah Daerah di Provinsi Jawa Barat Silviana Universitas Widyatama.....	862 – 869
112-Pengaruh Audit Kinerja Sektor Publik dan Independensi Auditor terhadap Akuntabilitas Publik Survey pada Dinas Pemerintah Kota Bandung Ony Widilestariningtyas, Revy Septhian Hudana Universitas Komputer Indonesia.....	870 – 880
113-Pengaruh Independensi dan Objektivitas, serta Etika terhadap Kinerja Auditor Yang Dimoderasi oleh Komitmen Organisasi Reno Fithri Meuthia, Gustati Irda Rosita, Armel Yentifa Politeknik Negeri Padang.....	881 – 891
114-Analisis Potensi Penerimaan, Efektifitas dan <i>Tax Effort</i> Pajak Penerangan Jalan serta Pengaruh Pajak Penerangan Jalan terhadap Pendapatan Asli Daerah Wirdatul Fadhilah, Diana Sari Universitas Widyatama.....	892 – 903
115-Pengaruh Pemahaman Akuntansi Keuangan, Pemahaman Undang-undang Perpajakan, dan Moralitas Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Novi Nugrahani Institut manajemen Telkom.....	904 – 910
116-Pengaruh Kecerdasan Intelektual, Emosional, Spiritual terhadap Perilaku Etis dan Risiko Kecurangan Pelaporan Keuangan Syanti Dewi Universitas Tarumanagara.....	911 – 920

117-Analisis Indeks Kepuasan Masyarakat pada Badan Perizinan dan Penanaman Modal Saladdin Wirawan Effendy Politeknik ANIKA Palembang.....	921 – 927
118-Penerimaan Auditor terhadap <i>Under-Reporting Time</i> dengan Kinerja sebagai Variabel <i>Intervening</i> Ceacilia Sri Mindarti, Elen Puspitasari Unisbank Semarang.....	928 – 937
120-Perilaku Etis Akuntan Manajemen dalam Penyusunan Laporan Keuangan MF. Arrozi Adhikara, Dihin Septyanto Universitas Esa Unggul.....	938 – 948
121-Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i>, Kepemilikan Manajemen, dan Kepemilikan Institusional terhadap Nilai Perusahaan Dwi Sonya Martatilo, Tita Djuitaningsih Universitas Bakrie.....	949 – 961
122-Nilai Tambah <i>Corporate Social Responsibility</i> dan <i>Intellectual Capital: Perspektif Four Value Assessment</i> Mima Amirya Universitas Brawijaya.....	962 – 972
123-Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility Performance</i> terhadap <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i> pada Industri Semen di Indonesia Hanifah STIE Ekuitas.....	973 – 983
124-Kajian terhadap Hubungan antara Orientasi <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> dan Kinerja Sosial Perusahaan pada UKM di Jawa Tengah Puji Harto Universitas Diponegoro.....	984 – 993
125-Analisis Pengaruh Tanggung Jawab Sosial, Kualitas Tatakelola, Ukuran Perusahaan dan Jenis Industri terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Pemoderasi Elvira Luthan Universitas Andalas.....	994 – 1005
126-Akuntansi Lingkungan, Dukungan Akuntansi kepada Manajemen dalam Bisnis yang semakin Peduli Lingkungan Dian Imanina Burhany Politeknik Makasar.....	1006 – 1016

128-Kepuasan Mahasiswa atas Pelayanan Dosen dan Dampaknya terhadap Prestasi Mahasiswa Deliana, Rini Indahwati Universitas Padjadjaran.....	1017 – 1030
129-Penerapan <i>Customer Relationship Management</i> dalam Upaya Menjaga Loyalitas Pelanggan Deasy Ratnawati, Sam PD Anantadjaja, Laura Lahindah STIE Harapan Bangsa.....	1031 – 1043
130-Kepuasan Konsumen di Industri Restoran: Ditinjau dari Segi Kualitas Makanan, Responsivitas, Desain Fisik, dan Harga M. Yudha Ghazali, Tommy Setiawan Ruslim Universitas Tarumanagara.....	1044 – 1052
131-Pengaruh Kualitas Pelayanan Barista terhadap Kepuasan Pelanggan <i>Starbucks</i> (Rest Area Km.19) Ahmad Sutawijaya, Tri Susanto Universitas Bakrie.....	1053 – 1065
132-Aplikasi Teori Perilaku yang Direncanakan untuk Memprediksi Niat Beli Konsumen: Studi Empiris pada Produk Hijau Rika, Sabrina Oktoria Sihombing Universitas Pelita Harapan.....	1066 – 1076
133-Analisis Kepuasan Pelanggan dan <i>Brand Image</i> PT. Pos Indonesia Kanaidi Politeknik Pos Indonesia.....	1077 – 1086
135-Faktor-faktor Penghambat Penerapan <i>e-commerce</i> oleh UKM di Negara Maju dan Negara Berkembang Yenny Purwati, Imelda Christine Universitas Kristen Satya Wacana.....	1087 – 1098
137-Niat Melakukan <i>Word Of Mouth</i> Positif oleh Guru sebagai <i>Opinion Leader</i> Siswa SMU Kelas XII berdasarkan <i>Experiential Marketing</i> dari sebuah Perguruan Tinggi X (PT. X) di Bandung Benedicta Evienia Prabawanti, Marsiana Luciana Universitas Katolik Atma Jaya.....	1099 – 1108
139-Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Unit Program Kemitraan dan Program Bina Lingkungan (PKBL) PT. Askes (Persero) terhadap Loyalitas Mitra Binaan Dara Puspita, Iwan Ridwansyah Universitas Widyatama.....	1109 – 1121
140-Pengaruh Kualitas Produk Coca Cola terhadap Loyalitas Pelanggan di Tengah Isu Kesehatan Janita S. Meliala, Amonggiri Argo Sembodo Universitas Widyatama.....	1122 – 1131

141-Brand-Image Perusahaan Jasa Pengiriman Surat Ekspres di Indonesia Imam Kambali Politeknik Pos Indonesia.....	1132 – 1145
143-Pengaruh Inflasi terhadap Perekonomian di Kota dan Kabupaten Bandung berdasarkan Persepsi Produsen dan Konsumen Wien Dyahrini, Ibnu Rachman Universitas Widyatama.....	1146 – 1153
144-Pemetaan Objek Wisata di Kota Bandung ditinjau dari Aspek Persepsi dan Motivasi Wisatawan Rini Andari, Lili Somantri Universitas Pendidikan Indonesia.....	1154 – 1164
145-Pengaruh Kepemimpinan, Keterlibatan Pekerja, Perbaikan Terus Menerus terhadap Kepuasan Pelanggan Acep Edison Universitas Widyatama.....	1165 – 1177
146-Pengaruh Komunikasi Pemasaran Jasa Pendidikan Tinggi terhadap Keputusan Mahasiswa untuk Kuliah di Universitas Widyatama Bandung Iwan Ridwansyah Universitas Widyatama.....	1178 – 1189
148-Analysis of the Effect Family Environment, Self-Concept and Motivation Factor of Interest Entrepreneurship Komsu Koranti, Farhah Farhatul Ula Universitas Gunadarma.....	1190 – 1198
149-Pengaruh Persepsi Mahasiswa tentang Pendidikan Kewirausahaan terhadap Kepercayaan Diri dan Motivasi Mahasiswa Program Studi Akuntansi Supriyanto Ilyas, Ivan Gumilar Universitas Widyatama.....	1199 – 1206
150-Peranan LKMS Net Kas Poltekpos dalam Upaya Menumbuhkan Budaya Kewirausahaan Mahasiswa dan Dosen di Lingkungan Kampus Politeknik Pos Indonesia Henny Utarsih, Kanaidi Universitas Widyatama.....	1207 – 1217
151-Analysis Carland's Dimensions of Entrepreneurship untuk Uji Beda Wirausaha dan Non-Wirausaha Rini Maryuni Hariyati, Indry STIE Malangucewara Malang.....	1218 – 1223

152-Model Pemberdayaan Ekonomi Perempuan Guna Meningkatkan Kesejahteraan melalui Usaha Mandiri Lilis Ardini, Bambang Suryono, Wimba Respatia STIESA Surabaya.....	1224 – 1236
154-Pemahaman atas Kapasitas Usaha Mikro dan Usaha Kecil sebagai Dasar Pemberian Kredit Perbankan: Studi Kasus atas Pedagang Nasi Goreng di Kecamatan Cibeunying Kidul Kota Bandung Sumarna Pradja Universitas Widyatama.....	1237 – 1243
155-Keunggulan Bersaing Diferensiasi RM Makan-Padang Yasri Universitas Negeri Padang.....	1244 – 1250
158-Formulasi Strategi Bisnis Jaminan Pemeliharaan Kesehatan Masyarakat Surya Sumirat menjadi Perusahaan Asuransi Guna Mengantisipasi diberlakukannya Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2004 tentang Sistem Jaminan Sosial Nasional Magdalena Praktisi Kedokteran.....	1251 – 1263
159-Kesadaran Masyarakat Indonesia akan Asuransi Jiwa Sri Hermawati Universitas Gunadarma.....	1264 – 1269
162-Implikasi Profitabilitas dan Kurs Tukar terhadap Harga Saham Bursa Efek Indonesia pada Sektor Properti dan Konstruksi Bangunan Herlina Budiono, Richard Andrew Universitas Tarumanagara.....	1270 – 1274
163-Analisis Prediksi Tingkat Kesehatan Perbankan di Indonesia Radia Purbayati, Dadang Hermawan Politeknik Negeri Bandung.....	1275 – 1284
165-Analisa Faktor Fundamental, Inflasi dan Kurs IDR terhadap Prospek Harga Saham PT. Tambang Batubara Bukit Asam dengan Pendekatan <i>Error Corection</i> Darmawan Achmad, Hady Hadijah Universitas Tarumanagara.....	1285 – 1294
166-Peran Analisis Keuangan dalam Investasi Rosemarie Sutjiati Njotoprajitno Universitas Maranatha.....	1295 – 1299
167-Pengaruh Fungsi Keuangan terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia Sutrisno Universitas Islam Indonesia.....	1300 – 1307

168-Model Analisis Kredit Perbankan Menggunakan <i>Credit Scoring System</i> (Studi pada Bank Swasta Nasional di Jawa Timur) Aminul Amin STIE Malangkuçewara Malang.....	1308 – 1318
170-Peran Elemen Struktur Kepemilikan Perusahaan dalam Memprediksi Keputusan Keuangan, serta Keterkaitannya dengan Penciptaan Nilai Perusahaan Kartika Nuringsih Universitas Tarumanagara.....	1319 – 1330
171-Relevansi Nilai Angka-angka Akuntansi: Faktor Penentu Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> Bank Syariah di Indonesia. Ulfi Kartika Oktaviana, Fitriyah UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.....	1331 – 1338
173-Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional dan Deviden Kas terhadap Nilai Perusahaan Neny Desriani, Lia Sari <i>Informatics and Business Institute (IBI) Darmajaya</i>	1339 – 1347
174-Pengaruh Profitabilitas dan Kesempatan Investasi terhadap Kebijakan Dividen Tunai dengan Likuiditas sebagai Variabel Moderating pada Emiten Pembentuk Indeks LQ 45 (Periode 2008-2010) Mariah, Meythi, Riki Martusa Universitas Kristen Maranatha.....	1348 – 1360
175-Analisis Perolehan <i>Abnormal Return</i> Saham pada Perusahaan Pengakuisisi di Bursa Efek Indonesia Periode 2005-2009 Mentiana Sibarani Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Harapan Bangsa.....	1361 – 1374
177-Analisis Faktor Moneter, Harga Minyak Dunia dan Indeks Harga Saham Luar Negeri terhadap Pergerakan IHSG Periode Tahun 2005-2010 Ishak Ramli, Darmawan Achmad Universitas Tarumanagara.....	1375 – 1384
181-Kausalitas Granger Pengeluaran Pemerintah pada Pendidikan dan Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Nunung Nurastuti Utami STIE Malangkuçewara Malang.....	1385 – 1396
183-Model Efektivitas Pembelajaran SAP ERP HCM pada Program Studi S1 Manajemen Universitas Widyatama Oktri Mohammad Firdaus, Gin Gin Ginanjar, Trisye Rizkiyana, Dewi Purnamasari, Fitria Muliati Universitas Widyatama.....	1397 – 1405

184-Meta-Analysis Deskriptif: Pengaruh <i>Intellectual Capital</i> terhadap Kinerja Organisasi Budi Prijanto Universitas Gunadarma.....	1406 – 1410
185-Analisis <i>Managerial Skill</i> sebagai Bentuk Penerapan Budaya Organisasi menurut Teori <i>Cameron and Quinn</i> di Perusahaan X Ratri Wahyuningtyas Institut Manajemen Telkom.....	1411 – 1418
186-Analisis Problematika Stres Kerja Karyawan menurut Dimensi Terkait dalam Mendukung Strategi Bisnis Perusahaan. Arry Hutomo Universitas Widyatama.....	1419 – 1423
187-Analisis Pengaruh <i>Corporate Governance</i> dan Profitabilitas terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) pada Perusahaan Terkonsentrasi di Bursa Efek Indonesia Citrawati Jatiningrum, Tulus Suryanto.....	1424 – 1434
188-Analisis Kompetensi <i>Knowledge Worker</i> (<i>K-Worker</i>) pada Perusahaan Operator Telekomunikasi Seluler di Indonesia Cut Zurnali Universitas Widyatama.....	1435 – 1445
189-The Role of 4PL and Implementation IT as Supply Chain Integrator Roosaleh Laksono Universitas Widyatama.....	1446 – 1455
190-Pengaruh Perdagangan Internasional, Distribusi Pasar, dan Daya Saing terhadap Pertumbuhan Nilai Ekspor Kopi Indonesia 1992 – 2011 Arus Reka Praselia Universitas Widyatama.....	1456 – 1467
191-Pengaruh Ekolabeling terhadap Keunggulan PT. Sriwi di Pasar Internasional Sugiartiningasih Universitas Widyatama.....	1468 – 1479
192-Pengaruh Insentif Keuangan, Daya Tarik Tugas dan Faktor Situasional Pada Kinerja Arniati Politeknik Negeri Batam.....	1480 – 1489
193-Determinan Intensi Studi ke Jenjang Pendidikan Tinggi: Studi Eksploratif pada Siswa Sekolah Menengah Atas di Bandung Alexander Joseph Ibnu Wibowo, Florentinus Nugro Hardianto Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Harapan Bangsa.....	1490 – 1499

194-Akuntansi Selisih Kurs atas Transaksi Mata Uang Asing dan Hubungannya dengan Perpajakan Indonesia (Studi Kasus di Perusahaan Industri Perikanan)

Ilham Hidayah Napitupulu, Abdul Rahman Dalimunthe
Politeknik Negeri Medan.....

1500 – 1505

Kepuasan Konsumen Di Industri Restoran : Ditinjau Dari Segi Kualitas Makanan, Responsivitas, Desain Fisik, Dan Harga (Studi Kasus : Restoran "X" Cabang Mall Ciputra)

M. Yudha Ghozali

Tommy Setiawan Ruslim

Staf Pengajar Fakultas Ekonomi Tarumanagara

(Jl. Tanjung Duren Utara No.1 Jakarta Barat 11470), Telp : (021) 5655508 ext 0621

ABSTRACT :

Customer satisfaction is an important part in the restaurant industry, with many factors that influence it, by conducting a similar study done by Andaleeb and Conway (2006). The authors are interested in creating a research against one of the restaurant, by taking restaurant "X" at Mall Ciputra as research material, with food quality as the independent variable (X_1), responsiveness as the independent variable (X_2), physical design as the independent variable (X_3), and price as the independent variable (X_4), to satisfaction as the dependent variable (Y). This research is done by spreading the questionnaire to 50 respondents. Through the data processing with PASW 18.00 is known that only service food quality (X_1) and physical design (X_3) have a significant effect on customer satisfaction (Y). Note that for 0.953 for satisfaction variation can be explained by the variable food quality, responsiveness, physical design and price.

Keywords : food quality, responsiveness, physical design, price, satisfaction.

PENDAHULUAN

Industri restoran di Indonesia sangat besar, dapat kita lihat banyaknya restoran dan penjual makanan yang ada di mana-mana. Mulai dari restoran yang mewah, sederhana, sampai pedagang kaki lima sekali pun. Bisnis makanan bisa dibilang cukup menjanjikan, tetapi persaingan yang begitu banyak, dapat membuat restoran yang kalah dalam bersaing menjadi gulung tikar. Kepuasan konsumen menjadi faktor yang sangat penting di dalam usaha restoran, tetapi sampai sejauh mana konsumen itu puas? Banyak faktor yang dapat kita teliti, berbagai penelitian dan teori mengatakan, seperti menurut Reichheld (1996), yang dikutip dari penelitian yang dilakukan oleh Dapkevicius dan Melnikas (2009), dikatakan bahwa "customer who are satisfied with a purchased product will by the same product again", hal ini berarti kepuasan konsumen dapat juga ditentukan oleh variabel harga, karena jika konsumen merasa puas terhadap harga tersebut, maka akan melakukan pembelian produk yang sama nantinya.

Selain variabel harga, menurut Andaleeb dan Conway (2006), dikatakan bahwa faktor penting pendorong kepuasan adalah kualitas pelayanan. Salah satu dari unsur kualitas pelayanan, yang dikutip dari Zeithaml, et. al (2003) adalah unsur *responsiveness*, kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang segera. Konsumen tentunya menginginkan pelayanan dari restoran tersebut dapat mengerti keinginannya dengan baik. Contoh : konsumen yang menginginkan tambahan minuman dengan segera, atau konsumen yang menginginkan tambahan menu lainnya, dll.

Pada kenyataannya, reliabilitas dalam memberikan pelayanan atau makanan dengan kualitas yang sama, sangatlah sulit untuk dipertahankan. Contohnya : dilihat dari segi kesegaran makanan, atau temperatur makanan apakah sesuai dengan yang dijanjikan, mengantar makanan ke meja yang salah, dll. Menurut Andaleeb dan Conway (2006), dimensi *tangible* di dalam kualitas pelayanan dibagi menjadi dua, yaitu : kualitas makanan dan desain fisik. Di mana desain fisik yang bagus dari setiap restoran dipercaya dapat memberikan kepuasan tersendiri bagi konsumen. Contoh : desain *candle light dinner* yang cocok untuk suasana di hari *Valentine*.

Kepuasan konsumen sudah menjadi kewajiban bagi setiap restoran agar konsumen dapat melakukan pembelian berulang atau merekomendasikan ke orang lain, mengingat eratnya kaitan antara kepuasan dengan loyalitas. Berdasarkan uraian di atas, maka kasus yang akan diteliti mengenai "Kepuasan Konsumen di Industri Restoran Ditinjau dari Segi Kualitas Makanan, Responsivitas, Desain Fisik dan Harga, (Studi Kasus Restoran "X" Cabang Mall Ciputra)".

Perumusan Masalah

- Apakah terdapat pengaruh yang signifikan kualitas makanan terhadap kepuasan konsumen?
- Apakah terdapat pengaruh yang signifikan responsivitas terhadap kepuasan konsumen?
- Apakah terdapat pengaruh yang signifikan desain fisik terhadap kepuasan konsumen?
- Apakah terdapat pengaruh yang signifikan harga terhadap kepuasan konsumen?
- Apakah terdapat pengaruh yang signifikan kualitas makanan, responsivitas, desain fisik dan harga terhadap kepuasan konsumen?

- f. Berapa persen variabel kualitas makanan, responsivitas, desain fisik dan harga dapat menjelaskan proporsi variasi variabel tingkat kepuasan konsumen?

Pembatasan Penelitian

Ruang lingkup dalam penelitian ini dibatasi hanya dalam variabel kualitas makanan, responsivitas, desain fisik, harga dan kepuasan konsumen. Serta periode pembagian kuesioner adalah bulan Januari 2012.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Kualitas Makanan. Menurut Andaleeb dan Conway (2006), aspek-aspek *reliability* bisa juga ditafsirkan untuk mewakili "kualitas makanan" (disediakan dalam keadaan segar, contoh : sayuran mentah seperti tomat, timun, dll, atau pada suhu yang tepat, contoh : hangatnya daging yang dimasak, dan kesalahan menu yang dipesan). Penelitian yang cukup besar telah dilakukan mengenai apakah orang lebih menyukai ikan daripada ayam dan/ atau sebaliknya. Desain menu dan jumlah *item* yang sesuai pada menu juga telah secara ekstensif diteliti dan dilaporkan dalam literatur perdagangan. Namun, apa atribut "makanan berkualitas" ? tidak banya penelitian yang mempublikasikan tentang variabel ini. Ini berarti kemungkinan bahwa "rantai" restoran telah melakukan penelitian mereka sendiri, namun belum berbagi informasi mengenai hal ini. Hal ini mungkin bersifat menjadi "rahasia perusahaan".

Pengertian Responsivitas. Menurut Zeithaml, et. al. (2003), *responsiveness* adalah kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang segera. Sedangkan pengertian *responsiveness* dikutip dalam situs

<http://www.managementfile.com/journal.php?id=152&sub=journal&page=services&awal=20> *responsiveness* didefinisikan secara umum sebagai keinginan untuk membantu (*willingness to help*), bagaimana memberikan layanan yang cepat dan menangani masalah atau komplain dengan baik. Sebuah istilah lain yang sering kita dengar adalah tanggap terhadap kebutuhan pelanggan. Sebagaimana sifat manusia yang pada umumnya senang apabila diperhatikan, dilayani dengan cepat dan dibantu pada saat mengalami masalah.

Pengertian Desain Fisik. Menurut Zeithaml, et. al. (2003), *tangibles* adalah tampilan fisik perusahaan; peralatan, pegawai, dan lainnya. Menurut Andaleeb dan Conway (2006), dari perspektif desain fisik, lingkungan psikolog menyarankan bahwa individu bereaksi terhadap tempat fisik di sekitarnya (Mehrabian dan Russell, 1974). Bitner (1992) dikatakan bahwa lingkungan fisik mempengaruhi pelanggan dan karyawan dalam proses pelayanan, dikutip dari Andaleeb dan Conway (2006).

Pengertian Harga. Menurut Kotler & Armstrong (2003: 430), harga didefinisikan sebagai berikut : "*Price stands for the amount of money that the customer have to pay to obtain the product*". Menurut Stanton (2000), ada 4 macam dimensi harga , yaitu :

- a. Keterjangkauan harga.
- b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk.
- c. Daya Saing Harga.
- d. Kesesuaian harga dengan manfaat.

Menurut Kotler (2003), strategi penetapan harga dari produk ada 3 yaitu :

- a. Strategi penetapan harga produk gabungan (*Bundle pricing strategy*)
Strategi penetapan harga produk gabungan merupakan penetapan harga produk yang sudah dikombinasikan di dalam satu paket dengan harga yang lebih murah.
- b. Strategi penyesuaian harga (*Price adjustment strategy*)
Strategi yang digunakan oleh perusahaan guna memperhitungkan perbedaan selera serta situasi yang berubah-ubah misalnya seperti :
 - 1) Penetapan harga diskon (*Discount pricing strategy*), yaitu pemberian potongan harga untuk produk tertentu.
 - 2) Penetapan harga diskriminasi (*Discriminatory pricing strategy*), yaitu dengan membedakan harga berdasarkan jenis kelamin atau usia.
 - 3) Penetapan harga psikologi (*Psychological pricing strategy*), yaitu penetapan harga dengan cara memberikan kesan murah pada suatu produk. Harga sebesar Rp 9.999,- ini memberikan kesan psikologis yang lebih murah kepada konsumen dibandingkan harga Rp 10.000,-.
- c. Strategi harga promosi (*Promotional pricing strategy*)
Pemberian diskon yang bersifat sementara guna memperkenalkan suatu produk baru yang masih belum dikenal.

Pengertian Kepuasan. Menurut Kotler dan Keller (2007) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) suatu produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan. Jika kinerja di bawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja semakin melebihi harapan, pelanggan amat puas.

Menurut Zeithaml. *et al.* (2003: 86), kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai berikut :
"Satisfaction is customer's evaluation of a product or service itself in terms whether that product or service has made their needs and expectations is assumed to result in dissatisfaction with the product or service".

Menurut Oliver (2004) kepuasan adalah menghormati apa yang diinginkan konsumen.

Menurut Handi (2002: 3): "Kepuasan konsumen adalah suatu persepsi terhadap produk dan jasa yang telah memenuhi harapannya. Selain itu, kepuasan konsumen adalah hasil perasaan dari dalam diri konsumen dalam menggunakan produk atau jasa."

Menurut Zeithaml, Parasuraman dan Berry yang dikutip dalam (Lovelock *et al.* 2004), dimensi kepuasan konsumen dapat dibagi menjadi beberapa macam yaitu :

- Harapan (*expectations*). Kemampuan perusahaan dengan pemberian penyesuaian (*customize*) kepada konsumen untuk suatu produk atau jasa yang diinginkan konsumen.
- Penyampaian produk atau jasa yang dirasakan (*perceived delivery product or service*). Kemampuan pelayanan kepada konsumen pada saat penjualan produk atau jasa.
- Konfirmasi atau diskonfirmasi (*confirmation or disconfirmation*). Kemampuan perusahaan memenuhi kebutuhan konsumen dengan tujuan agar konsumen tidak kecewa dan merasa puas terhadap produk atau jasa yang sesuai dengan janji perusahaan atau sebaliknya.
- Perilaku mengeluh (*complaining behavior*). Kapasitas perusahaan untuk menjelaskan umpan balik konsumen yang negatif menjadi positif.

Menurut Zeithaml. *et al.* (2003), faktor yang dapat menentukan puas atau tidaknya konsumen adalah :

- Product and service features*. Kepuasan konsumen atas suatu produk atau jasa secara signifikan dipengaruhi oleh evaluasi konsumen atas fitur produk atau jasa. Konsumen akan membandingkan berbagai fitur dari jasa (contohnya harga dengan kualitas pelayanan dan keramahan dari personel pemberi jasa), tergantung pada tipe jasa yang dievaluasi.
- Consumer emotions*. Perasaan pelanggan juga dapat mempengaruhi persepsi atas kepuasan atas produk dan jasa. Perasaan seseorang atas produk atau jasa dapat dipengaruhi oleh kondisi suasana hati seseorang ketika menggunakan produk atau jasa tersebut.
- Attributes for service success or failure*. Atribut dari jasa dapat mempengaruhi persepsi dari kepuasan. Ketika pelanggan dikejutkan oleh hasil yang mereka dapat, mereka akan mencoba mencari alasan di balik hal itu, penilaian mereka dapat mempengaruhi kepuasan mereka.
- Perceptions of equity or fairness*. Kepuasan pelanggan juga dipengaruhi persepsi dari keadilan dan kewajaran. Pelanggan akan membandingkan apakah mereka diperlakukan secara adil dibandingkan pelanggan lain, apakah pelanggan lain mendapat perlakuan, harga dan kualitas pelayanan yang lebih baik. Pikiran tentang keadilan adalah pusat persepsi konsumen atas kepuasan terhadap produk dan jasa.
- Other consumers, family members and coworkers*. Selain dipengaruhi oleh perasaan dan persepsi seseorang, kepuasan pelanggan kadang dipengaruhi oleh orang lain, seperti anggota keluarga dan pelanggan lain. Hal-hal seperti pengalaman, perilaku dan pandangan pihak lain dapat mempengaruhi kepuasan.

Ada beberapa cara yang dapat digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan seorang konsumen, menurut Kotler (2003) cara yang dapat dilakukan adalah :

- Sistem keluhan dan saran (*Complain and suggestion system*). Suatu organisasi yang berpusat pada konsumen, akan memudahkan pelanggan dalam member masukan dan keluhan atas pelayanan yang mereka rasakan. Beberapa cara yang umumnya dilakukan oleh perusahaan untuk menampung masukan dan keluhan dari para pelanggannya adalah dengan menyediakan kotak saran, menyebarkan kuesioner dan menyediakan *customer hotline*.
- Survei kepuasan pelanggan (*Customer satisfaction surveys*). Survei ini dapat dilakukan dengan menghubungi pelanggan melalui telepon atau melakukan wawancara secara langsung. Dengan cara ini, perusahaan mendapat *feedback* secara langsung dari pelanggan serta membangun hubungan dengan pelanggannya.
- Ghost shopping*. Perusahaan menunjuk seseorang untuk berperan sebagai pembeli dan memberikan laporan mengenai kekuatan dan kelemahan perusahaan maupun pesaing perusahaan.
- Analisis konsumen yang hilang (*Lost customer analysis*). Analisis ini bertujuan untuk mempelajari mengapa pelanggan berhenti menggunakan jasa dan produk perusahaan. Untuk mengetahui hal-hal tersebut, perusahaan dapat melakukan *exit interview*. Perusahaan juga harus mencari tahu seberapa besar tingkat kehilangan pelanggan (*customer loss rate*) untuk mengetahui seberapa besar kemampuan perusahaan dalam mempertahankan pelanggannya.

Penelitian Terdahulu. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh : Syed Saad Andaleeb & Carolyn Conway. (2006) yang berjudul "Customer Satisfaction in the Restaurant Industry : an Examination of the Transaction-Specific Model". Dengan hasil penelitiannya sebagai berikut :

"The regression model suggested that customer satisfaction was influenced most by responsiveness of the frontline employees, followed by price and food quality (in that order). Physical design and appearance of the restaurant did not have a significant effect. With research limitations/implications – To explain customer satisfaction better, it may be important to look at additional factors or seek better measures of the constructs. For example, the measures of food quality may not have captured the complexity and variety of this construct. It may also be important to address the issue of why customers visit restaurants. Instead of the meal, business transactions or enjoying the cherished company of others may be more important. Under the circumstances, customer satisfaction factors may be different. The results are also not generalizable as the sampled area may have different requirements from restaurants."

Penelitian ini menunjukkan bahwa dengan menggunakan model regresi, diperoleh hasil bahwa variabel responsivitas memiliki pengaruh paling besar terhadap kepuasan dan disusul oleh variabel harga dan kualitas makanan, sedangkan desain fisik tidak memiliki pengaruh yang signifikan.

METODE PENELITIAN

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah melakukan pembelian di Restoran "X" cabang Greenville. Metode pemilihan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling*, dengan teknik pengambilan sampel yang dilakukan penulis adalah *Purposive Sampling*, yaitu teknik penentuan *sampling* dengan pertimbangan tertentu. (Sugiyono, 2006). Gay dan Diehl (dalam Kuncoro 2003:111) menyatakan bahwa untuk studi korelasional, dibutuhkan minimal 30 sampel untuk menguji ada tidaknya hubungan, namun untuk ketelitian lebih, penulis mengambil sampel sebanyak 50 responden.

Tabel Indikator Variabel Kualitas Makanan (X1)

Variabel	Indikator	Sumber	Skala/skor
Kualitas Makanan (X1)	Makanan yang disajikan segar	Andaleeb & Conway (2006)	Sangat Tidak Setuju (STS) = 1 Tidak Setuju (TS) = 2 Netral (N) = 3 Setuju (S) = 4 Sangat Setuju (SS) = 5
	Suhu makanan yang disajikan sesuai		

Tabel Indikator Variabel Responsivitas (X2)

Variabel	Indikator	Sumber	Skala/skor
Responsivitas (X2)	Karyawan penuh perhatian	Andaleeb & Conway (2006)	Sangat Tidak Setuju (STS) = 1 Tidak Setuju (TS) = 2 Netral (N) = 3 Setuju (S) = 4 Sangat Setuju (SS) = 5
	Karyawan sangat membantu		
	Karyawan memahami kebutuhan Anda		
	Pelayanan yang sopan		
	Pelayan memiliki pengetahuan tentang menu		

Tabel Indikator Variabel Desain Fisik (X3)

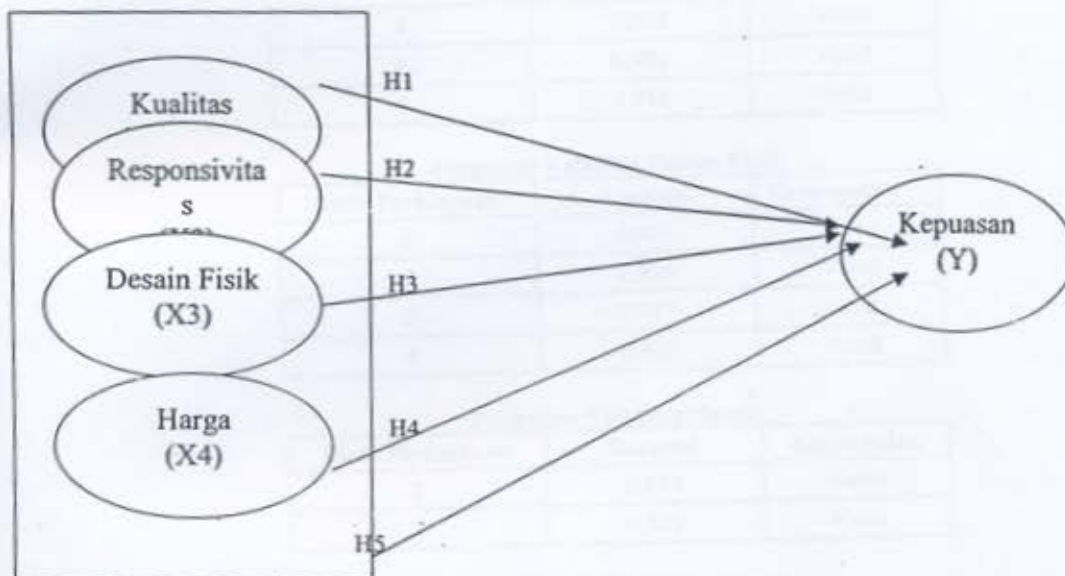
Variabel	Indikator	Sumber	Skala/skor
Desain Fisik (X3)	Pencahayaan di restoran sudah sesuai	Andaleeb & Conway (2006)	Sangat Tidak Setuju (STS) = 1 Tidak Setuju (TS) = 2 Netral (N) = 3 Setuju (S) = 4 Sangat Setuju (SS) = 5
	Tersedianya tempat parkir yang memadai		
	Kebersihan restoran		
	Dekorasi restoran yang menarik		

Tabel Indikator Variabel Harga (X4)

Variabel	Indikator	Sumber	Skala/skor
Harga (X4)	Makanan yang dijual mahal	Andaleeb & Conway (2006)	Sangat Tidak Setuju (STS) = 1 Tidak Setuju (TS) = 2 Netral (N) = 3 Setuju (S) = 4 Sangat Setuju (SS) = 5
	Anda membayar lebih dari yang Anda rencanakan		

Tabel Indikator Kepuasan (Y)			
Variabel	Indikator	Sumber	Skala/skor
Kepuasan (Y)	Secara keseluruhan, Anda puas dengan pengalaman makan di restoran ini	Andaleeb & Conway (2006)	Sangat Tidak Setuju (STS) = 1 Tidak Setuju (TS) = 2 Netral (N) = 3 Setuju (S) = 4 Sangat Setuju (SS) = 5
	Anda akan kembali lagi ke restoran ini nanti		
	Anda akan merekomendasikan restoran ini ke orang lain		
	Mengingat banyaknya restoran, kualitas pelayan restoran ini sangat baik		

Sesuai dengan penelitian terdahulu di atas, maka kerangka pemikiran mengenai pengaruh kualitas makanan, responsivitas, desain fisik dan harga terhadap kepuasan konsumen secara praktis disajikan dalam gambar berikut :



Dalam penelitian ini terdapat lima hipotesis yang akan diuji, yaitu :

- H1 : Terdapat pengaruh yang signifikan kualitas makanan terhadap kepuasan konsumen.
- H2 : Terdapat pengaruh yang signifikan responsivitas terhadap kepuasan konsumen.
- H3 : Terdapat pengaruh yang signifikan desain fisik terhadap kepuasan konsumen.
- H4 : Terdapat pengaruh yang signifikan harga terhadap kepuasan konsumen.
- H5 : Terdapat pengaruh yang signifikan kualitas makanan, responsivitas, desain fisik dan harga terhadap kepuasan konsumen.

Agar instrumen yang dipakai dalam penelitian ini dapat berfungsi sebagaimana yang diharapkan, maka instrumen tersebut perlu diuji validitas dan reliabilitasnya. Teknik pengujian validitas menggunakan teknik korelasi *product moment*. Menurut Aritonang (2007:123). suatu instrumen dinyatakan valid bila instrumen itu dapat mengukur apa yang dimaksudkan untuk diukur oleh instrumen itu. Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang ingin diukur. Menurut Sugiyono (2003:116) "Validitas menunjukkan sejauh mana suatu sifat alat pengukur tersebut dapat digunakan untuk mengukur suatu variabel. Suatu instrumen dinyatakan valid apabila korelasi antara dua skor suatu butir dengan skor totalnya minimal sebesar 0,3".

Menurut Ghazali (2007). Pengujian reliabilitas instrumen diuji dengan menggunakan *Cronbach's Alpha*. Realibilitas suatu konstruk variabel dikatakan baik jika memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > dari 0,6 dan apabila nilai *Cronbach's Alpha* < dari 0,6 maka hal ini mengindikasikan ada beberapa responden yang menjawab tidak konsisten dan harus kita lihat satu persatu jawaban responden yang tidak konsisten harus dibuang dari analisis dan alpha akan meningkat.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Pengujian validitas dan reliabilitas yang dilakukan pada setiap indikator dari masing-masing variabel menunjukkan hasil sebagai berikut :

Pengujian Validitas Kualitas Makanan

Butir Pertanyaan	Korelasi	Kesimpulan
1	0,883	Valid
2	0,879	Valid

Pengujian Validitas Responsivitas

Butir Pertanyaan	Korelasi	Kesimpulan
1	0,891	Valid
2	0,877	Valid
3	0,863	Valid
4	0,902	Valid
5	0,912	Valid

Pengujian Validitas Desain Fisik

Butir Pertanyaan	Korelasi	Kesimpulan
1	0,907	Valid
2	0,919	Valid
3	0,942	Valid
4	0,902	Valid

Pengujian Validitas Harga

Butir Pertanyaan	Korelasi	Kesimpulan
1	0,884	Valid
2	0,872	Valid

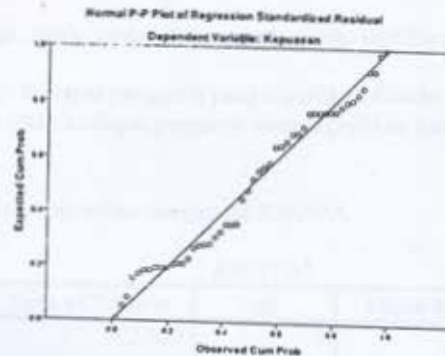
Pengujian Validitas Kepuasan

Butir Pertanyaan	Korelasi	Kesimpulan
1	0,856	Valid
2	0,841	Valid
3	0,871	Valid
4	0,831	Valid

Pengujian Reliabilitas

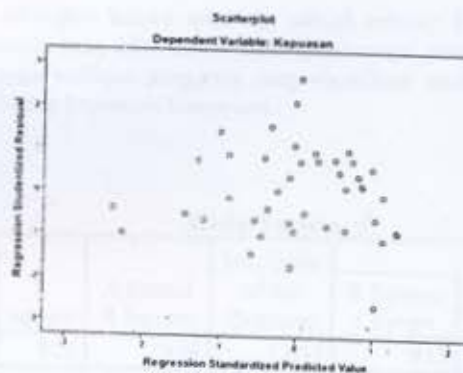
Variabel	Alpha Cronbach	Keterangan
Kualitas Makanan	0,711	Reliabel
Responsivitas	0,933	Reliabel
Desain Fisik	0,937	Reliabel
Harga	0,702	Reliabel
Kepuasan	0,871	Reliabel

Pengujian Asumsi Normalitas



Dari gambar Normal P-P Plot, titik-titik data yang menyebar di sekitar garis diagonal, dan penyebaran titik-titik data searah mengikuti garis diagonal. Sehingga dapat disimpulkan data sudah terdistribusi secara normal.

Heteroskedastisitas



Dari gambar *Scatterplot*, dapat dilihat bahwa tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Multikolinearitas

Dari hasil pengujian multikolinearitas dengan menggunakan PASW 18.00, nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* bernilai di bawah 10, sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas.

Tes Hipotesis

- Uji pengaruh secara parsial dengan uji t

Pengujian pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial dilakukan dengan melihat hasil output PASW 18.00 sebagai berikut :

Model		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.		
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	.260	.540		.482	.632		
	Kualitas Makanan	.546	.159	.264	3.434	.001	.178	5.613
	Responsivitas	.013	.073	.016	.180	.858	.140	7.148
	Desain Fisik	.738	.098	.716	7.565	.000	.118	8.506
	Harga	.009	.192	.004	.046	.964	.139	7.172

a. Dependent Variable: Kepuasan

a. Dependent Variable: Kepuasan

Tabel di atas menunjukkan besarnya signifikansi untuk koefisien kualitas makanan adalah 0,001 lebih kecil daripada α (0,05), untuk variabel responsivitas nilai signifikan sebesar 0,858 lebih besar daripada α (0,05), untuk variabel desain fisik nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil daripada α (0,05), untuk variabel harga nilai signifikan sebesar 0,964 lebih besar daripada α (0,05). Dengan demikian, hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya pembuktiannya adalah sebagai berikut:

1. H1 diterima sehingga terdapat pengaruh yang signifikan kualitas makanan terhadap kepuasan konsumen.
2. H2 ditolak sehingga tidak terdapat pengaruh yang signifikan responsivitas terhadap kepuasan konsumen.
3. H3 diterima sehingga terdapat pengaruh yang signifikan desain fisik terhadap kepuasan konsumen.
4. H4 ditolak sehingga tidak terdapat pengaruh yang signifikan harga terhadap kepuasan konsumen.

b. Uji pengaruh secara simultan dengan uji ANOVA

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	972.617	4	243.154	226.244	.000 ^a
	Residual	48.363	45	1.075		
	Total	1020.980	49			

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Makanan, Responsivitas, Desain Fisik

b. Dependent Variable: Kepuasan

Pada tabel ANOVA^b diketahui bahwa nilai sig. adalah sebesar 0,000 lebih kecil daripada α (0,05). Dengan demikian, hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya pembuktiannya adalah sebagai berikut:

1. H5 diterima sehingga terdapat pengaruh yang signifikan kualitas makanan, responsivitas, desain fisik dan harga terhadap kepuasan konsumen.

Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	Change Statistics								
	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
dimension0 1	.976 ^a	.953	.948	1.037	.953	226.244	4	45	.000

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Makanan, Responsivitas, Desain Fisik

b. Dependent Variable: Kepuasan

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa sebesar 0,953 proporsi variasi variabel kepuasan dapat dijelaskan oleh proporsi variasi variabel kualitas makanan, responsivitas, desain fisik dan harga sedangkan sisanya sebesar 0,047 dapat dijelaskan oleh proporsi variasi variabel lainnya.

PENUTUP

Hasil analisis pengaruh kualitas makanan, responsivitas, desain fisik dan harga terhadap kepuasan konsumen restoran "X" cabang Mall Ciputra menunjukkan bahwa hanya variabel kualitas makanan dan desain fisik yang mempengaruhi kepuasan. Dan sebesar 95,3% proporsi variasi variabel kepuasan dapat dijelaskan oleh proporsi variasi variabel kualitas makanan, responsivitas, desain fisik dan harga. Hal ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Andaleeb dan Conway (2006), karena di penelitiannya mereka menemukan bahwa variabel desain fisik tidak berpengaruh terhadap kepuasan sedangkan variabel independen lainnya berpengaruh terhadap kepuasan. Hal ini terjadi: mungkin karena perbedaan tempat dan budaya di negara yang berbeda, sehingga hasil penelitian mereka tidak bisa digeneralisasi di negara lain.

Saran

1. Dilakukan penambahan sampel pada penelitian sejenis untuk meningkatkan tingkat keakuratan.
2. Menjaga kualitas makanan dan desain fisik yang ada untuk tetap dapat meningkatkan kepuasan konsumen.
3. Menambah variabel lain selain variabel independen yang ada di penelitian ini, seperti lingkungan menunggu, lokasi, promosi, dsb.

DAFTAR RUJUKAN

- Abdullah, Dayang N.M.A. & Francine Rozario. (2009), " *Influence of Service and Product Quality towards Customer Satisfaction: A Case Study at the Staff Cafeteria in the Hotel Industry*", *World Academy of Science, Engineering and Technology* 53.
- Aritonang, Lerbin R. (2007). Riset Pemasaran. Teori dan Praktik. Bogor: Ghalia Indonesia
- Dapkevicius, Aurimas & Borisas Melnikas. (2009), " *Influence of Price and Quality to Customer Satisfaction : Neuromarketing Approach* ", *Business in XXI Century*, Vol. 1 No. 3
- Handi Irawan. (2002). Sepuluh Prinsip Kepuasan Pelanggan, cetakan kedua. Jakarta: PT Gramedia.
- Imam Ghazali. (2007). Analisis Multivariate dengan program PASW. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip (2003). *Marketing Management The Millenium Edition*, 11th edition. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Kotler P. and Armstrong G., (2006). *Principles of marketing*, 11th ed. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P. and Keller, K. (2007). Manajemen Pemasaran, Edisi 12, Jilid 1 dan 2. Terjemahan: Drs. Benyamin Molan, Jakarta : Indeks.
- Lovelock, Christopher and Lauren Wright. (2004). *Principles of Service Marketing and Management*, 2nd ed. Upper Saddle River, NJ : Prentice Hall Inc.
- Mudrajad Kuncoro. (2003). Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi. Jakarta : Erlangga.
- Oliver, R. L., (2004). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Customer*, Mc Graw-Hill, New York, NY.
- Stanton, J. William. (2000). Prinsip-prinsip Pemasaran. Jakarta : Erlangga.
- Sugiyono. (2003). Metode Penelitian Bisnis. Bandung: Alfabeta.
- Zeithaml, V.A. Bitner, Mary J. Gremler, Dwayne D. (2003), *Service Marketing Integrating Customer Focus Across the Firm, International Edition*, 3th Edition. New York : Mc Graw Hill Companies. Inc.
- <http://www.managementfile.com/journal.php?id=152&sub=journal&page=services&awal=20>

PROCEEDINGS



Fakultas Ekonomi
Universitas Widyatama
Jl. Cikutra No. 204 A
Bandung 40125 - Indonesia
www.widyatama.ac.id



9 772252 393001