

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami ucapkan pada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas kemudahan yang diberikan-NYA maka Conference on Management and Behavioral Studies (CMBS) dapat diselenggarakan oleh Program Studi S1 Manajemen Bisnis Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara pada Rabu, 29 Oktober 2014. Konferensi ilmiah yang mengangkat tema *Understanding Indonesian Consumer* ini merupakan konferensi CMBS yang pertama dan diharapkan dapat secara rutin diselenggarakan setiap tahun dengan mengangkat tema-tema terkini seputar ilmu Manajemen dan *Behavioral Studies*.

Selama proses seleksi, panitia telah menerima 38 makalah dan makalah yang dinyatakan dapat dipresentasikan selama konferensi berlangsung dan dimuat dalam prosiding CMBS adalah sebanyak 29 makalah. Proses seleksi makalah melibatkan tim *reviewer* yang memiliki keahlian di bidang ilmu Manajemen dan *Behavioral Studies* dari sejumlah perguruan tinggi terkemuka di Indonesia. Oleh sebab itu, panitia ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada tim *reviewer* yang telah membantu proses seleksi makalah CMBS dan memastikan makalah yang diterima memiliki kriteria sesuai dengan standar penerimaan makalah yang telah ditetapkan.

Akhir kata, meskipun tim penyunting prosiding CMBS telah mengupayakan penyuntingan sesuai dengan format penulisan makalah yang ditetapkan, namun mungkin masih terdapat kekurangan yang mengakibatkan tidak sempurnanya prosiding ini. Tim penyunting berharap untuk dapat memperoleh masukan dari pembaca maupun penulis makalah CMBS, agar di masa mendatang penyuntingan dapat dilakukan dengan lebih optimal.

Jakarta, 29 Oktober 2014

Tim Penyunting

TIM PENYUNTING

Hetty Karunia Tunjungsari, S.E., M.Si

Franky Slamet, S.E., M.M.

Ign. Ary Satria, S.E., M.M.

TIM REVIEWER

Dr. Sawidji Widoatmodjo, S.E., M.M., M.B.A. (Universitas Tarumanagara, Jakarta)

Dr. Ir. Chairy, S.E., M.M. (Universitas Tarumanagara, Jakarta)

Dr. Lerbin R. Aritonang R. (Universitas Tarumanagara, Jakarta)

Dr. Ignatius Rony Setiawan, S.E., M.Si. (Universitas Tarumanagara, Jakarta)

Dr. Rina Adi Kristianti, S.E., M.Si. (Universitas Tarumanagara, Jakarta)

Dr. Miharni, S.E., M.M. (Universitas Tarumanagara, Jakarta)

Harryadin Mahardika, Ph.D. (Universitas Indonesia, Depok)

Popy Rufaidah, Ph.D. (Universitas Padjadjaran, Bandung)

Dr. Fitri Ismiyanti, S.E., M.Si. (Universitas Airlangga, Surabaya)

Dr. Masmira Kurniawati, S.E., M.Si. (Universitas Airlangga, Surabaya)

DAFTAR ISI

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PERSEPSI YANG MEMPENGARUHI MINAT KONSUMEN UNTUK BERBELANJA PADA MINIMARKET INDOMARET CITAYAM. <i>Aldila Sariastuti dan Waseso Segoro</i>	1
APAKAH PERILAKU RUMAH TANGGA MENENTUKAN TINGKAT KEMISKINAN NELAYAN? STUDI PADA MASYARAKAT PESISIR PERIKANAN TANGKAP JAWA TIMUR <i>Arif Dwi Hartanto, Dwi Budi Santosa, Dhenny Yuarta Junifta</i>	9
KARAKTERISTIK KEWIRAUSAHAAN YANG MENENTUKAN KEBERHASILAN USAHA (STUDI KASUS PARA PELAKU BISNIS KULINER DI WILAYAH DKI JAKARTA) <i>Aristo Surya Gunawan , Ati Cahayani</i>	19
PENGARUH SERVICESCAPE TERHADAP TINGKAT LOYALITAS KONSUMEN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING DI GUMATI CAFÉ BOGOR <i>Dien Nursasti Utami & Arry Widodo</i>	24
PERILAKU PEMBELIAN KONSUMEN JAWA MATARAMAN DALAM PERSPEKTIF <i>THEORY OF PLANNED BEHAVIOR</i> <i>Christina Esti Susanti, Margaretha Ardhanari</i>	30
ANALISIS KEPUASAN MANAGER, KARYAWAN, DAN KONSUMEN (STUDI KASUS PADA UNIVERSITAS PRESIDEN) <i>Genoveva, Grace Amin, Luqman Nur Hakim & Rossy Oktavia</i>	36
<i>THE POWER OF CONSUMER COMMUNITY: OPEN INNOVATION MELALUI CO-CREATION VALUE</i> SEBAGAI LANGKAH STRATEGIS MEMPERTAHANKAN SURVIVAL BISNIS <i>Ginta Ginting</i>	45
KERAGAMAN PEMAHAMAN TEORI DAN PRAKTEK TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN DI INDONESIA <i>Hartono Rahardjo</i>	55
PENGARUH TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN (<i>CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY</i>) TERHADAP KINERJA KARYAWAN DENGAN MODERASI KEPEMIMPINAN TRANSFORMASIONAL DI PT ADI SATRIA ABADI YOGYAKARTA <i>Jajuk Herawati & Prayekti</i>	63
PENURUNAN KINERJA PERUSAHAAN PENGARUHNYA TERHADAP HARGA SAHAM PADA PT TRIKOMSEL OKE TBK DAN PT INDOFARMA TBK <i>John Henry Wijaya</i>	68
ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI <i>BRAND SWITCHING BEHAVIOUR</i> TEMPAT BERBELANJA MAHASISWA DI KOTA BANDUNG	73

(Studi Pada Mahasiswa Manajemen S1 Universitas Widyatama)

Kristian Suhartadi Widi Nugraha

KELOMPOK ACUAN DAN PERILAKU MEMILIH PASANGAN PRESIDEN DAN WAKIL
PRESIDEN PADA PEMILIH PEMULA 81

Meike Kurniawati

IDENTIFIKASI DAN ANALISIS VARIABEL MODERATOR PADA HUBUNGAN
KEPUASAN DAN LOYALITAS 85

Mokhamad Arwani & Taufik

WHY JOINING ARMED-FORCES? FACTORS EXPLAINING CAREER CHOICE FOR
INDONESIAN MIDDLE-RANK MILITARY OFFICER 91

*Muhammad Irfan Syaebani, Alia Noor Anoviar, Riani Rachmawati, Elok Savitri Pusparini,,
Putri Mega Desiana, Ayu Aprilianti, Nayunda Andhika Sari*

PENGARUH ATTITUDE, SUBJECTIVE NORM, DAN AMOUNT OF INFORMATION
TERHADAP PURCHASE INTENTION PRODUK ASURANIS MIKRO ACA 97

Osbert Dicky Benedict & Efendi

PENGARUH PROFESIONALISME AUDITOR INTERNAL DAN KOMITMEN ORGANISASI
AUDITOR INTERNAL TERHADAP KINERJA AUDITOR INTERNAL (Studi Kasus Pada 104

Inspektorat Kabupaten Purwakarta)

R. Ait Novatiani & Taofik Mustofa

ANALISIS MOTIVASI DALAM MENEKUNI BISNIS ONLINE PADA MOMPREENEURS
(STUDI KASUS DI JAKARTA) 111

Rahmah Hastuti

DAMPAK KONTRAKSI EKONOMI GLOBAL TERHADAP PERILAKU KREDIT
PERBANKAN DI INDONESIA 115

Rizky Yudaruddin

PENGARUH PERSEPSI KUALITAS DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP
LOYALITAS MEREK: ORIENTASI PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI 122

Sherly Eria dan Sabrina O. Sihombing

PENTINGNYA PENERAPAN GOOD CORPORATE GOVERNANCE DALAM MENGURANGI
KONFLIK KEAGENAN PADA PERUSAHAAN PUBLIK DI INDONESIA 132

Sri Lestari Kurniawati, Linda Purnama Sari, Titis Puspitaningrum D.K

FAKTOR-FAKTOR STORE ATMOSPHERE PERGURUAN TINGGI YANG MEMPENGARUHI
MOTIVASI BELAJAR (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Widyatama) 139

Sri Wiludjeng dan Gemma Pramadika

STRATEGI PENGELOLAAN USAHA KECIL 146

Sukirman & Mamik Indaryani

PERUBAHAN PERILAKU MENGONSUMSI DAGING <i>Waluyo Budi Atmoko</i>	153
ANALISIS PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN YANG DILAKUKAN RUMAH TANGGA GOLONGAN A DAN B DALAM MEMILIH JASA PERBAIKAN BARANG ELEKTRONIK RUMAH TANGGA YANG TERPASANG DI DAPUR <i>Dias Putra Pratama & Kristina Sisilia</i>	160
PENGARUH <i>BRAND EQUITY</i> , <i>SERVICE QUALITY</i> DAN <i>SWITCHING COSTS</i> TERHADAP <i>CUSTOMER LOYALTY</i> MATAHARI <i>DEPARTMENT STORE</i> DENGAN <i>SATISFACTION</i> SEBAGAI VARIABEL MEDIATOR <i>Jasisca, Keni, Lydiawati Soelaiman</i>	170
PENGARUH MOTIVASI DAN PARTISIPASI PEREMPUAN BERPOLITIK TERHADAP PEMILIHAN KARIR DI DUNIA POLITIK (STUDI KASUS WILAYAH DKI JAKARTA) <i>Syntha Noviyana, Ary Natalina, Winda Widya Ariestya</i>	177
EFEK <i>INVESTMENT OPPORTUNITY SET</i> PADA RASIO HUTANG DAN NILAI PERUSAHAAN YANG DIMEDIASI OLEH KEBIJAKAN DIVIDEN PERUSAHAAN <i>Rudolf L Tobing</i>	185
ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PRODUKTIVITAS (STUDI KASUS PT. MARUHACHI INDONESIA) <i>Wawan Gunawan & Purwanto</i>	194
ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI RENTABILITAS MODAL SENDIRI PADA PERUSAHAAN YANG TERCATAT DI BURSA EFEK INDONESIA MEMPUNYAI KEPEDULIAN TERHADAP USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH <i>Mujino</i>	205