

02311241-DIAH IKHSANTY NURKUSUMA*RELIGIOSITY INFLUENCE TOWARDS SHOPPING BEHAVIOR A YOGYAKARTA CONSUMER'S CASE ;***Pembimbing : SUWARSONO MUHAMMAD, DRS., MA**

Abstrak : Although culture and sub culture norms have been subjected to increased scrutiny in recent years as explanatory constructs for various dimensions of consumer behaviors, religion as a subsystem of culture has received only slight attention in marketing literature. The purpose of this study was to examine the religious influences on some selected aspects of consumer behaviors. Differ from previous research; religion was reviewed from one perspectives namely religious orientation, which it is divided into two aspects, intrinsic orientation and extrinsic orientation. Religious orientation is the motivation of one's following religion. Either religion is part of their life or just as a complementary of life. Thus reflect the degree in which beliefs in specific religious values and ideals are espoused and practiced by an individual. Fieldwork for this study was carried out in Yogyakarta and Islam was used as basic religion on the research. The research data was collected by means of a survey through a structured questionnaire. The total of respondent was one hundred and was deemed usable for statistical analysis. Statistical tests were calculated using statistical procedures of SPSS version 17. The main statistical techniques used include of simple regression analysis and correlation partial. Findings indicated significant influences between religiosity and the consumers' shopping behavior. The usefulness of religious variables was further tested using simple regression analysis. Results indicated that when the effects of other predictor variables were explicitly controlled (i.e held constant) during the regression analysis, religiosity appeared having no influence toward shopping behavior. Overall, findings indicated that consumer religiosity does no significant effects in predicting aspects of consumer activities. Thus it is suggested that religiosity variable should be given consideration in future patronage behaviors model building and research efforts for there many possibility within religiosity in religious marketing. The implications of these results for theories of consumers' behaviors along with the practical implications of the findings were discussed and opportunities for future research were provided.

02311488-TIARA PRADIASARI*THE EFFECTS OF RESTAURANT ATTRIBUTES TO THE CUSTOMER REPURCHASE INTENTION (CASE STUDY IN LOCAL AND FOREIGN FRANCHISE RESTORANT IN JOGJAKARTA);***Pembimbing : SUWARSONO MUHAMMAD, DRS., MA**

Abstrak : Tiara Pradiasari (2010) "The Effects of restaurant Attributes to the Customer to repeat their Visiting" Yogyakarta: Management Department, International Program, faculty of Economics, Islamic University of Indonesia. Restaurant development in Yogyakarta has been growing very well and of course in every year the population in Yogyakarta always increasing. Begitu pesatnya perkembangan restaurant, so it is not surprised when nowadays raising a business model called franchise. Many franchising restaurant we can found in Yogyakarta, start from local franchise until foreign franchise. In this study we will investigate how far the effect of restaurant attributes influence the customer revisiting. This study emphasis on the influence the restaurant attributes to the customer revisiting in local franchise and foreign franchise. The data used in this study is primary data which is collected through questionnaires. This study involved 80 respondents. Then, to know about the influence of the effect of restaurant attributes the data analyzed by using multiple linear regressions. Based on the result of the study, there are positive and significantly influence customer revisiting.

03311104-FINA ABRARIKA**ANALISIS EFEKTIFITAS IKLAN SHOMPO SUNSILK SOLT & SMOOTH DI DI TELEVISI BERDASARKAN DECISION MODEL(CDM) ; Pembimbing : BUDI ASTUTI, DRA., M.SI**

Abstrak : Masalah pemasaran merupakan salah satu dari sekian banyak masalah yang dihadapi perusahaan sehari-hari. Pada dasarnya perusahaan memiliki banyak fungsi dan tanggung jawab dalam pemasaran modern memerlukan lebih dari sekedar mengembangkan produk yang baik, menawarkannya dengan harga yang menarik, dan membuatnya mudah didapat oleh pelanggan sasaran. Periklanan merupakan salah satu dari alat promosi yang paling umum digunakan perusahaan untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan pembeli sasaran atau masyarakat. Berbagai macam bentuk iklan, baik melalui media cetak maupun media elektronik menjadi suguhan bagi masyarakat. Salah satu model yang dapat digunakan untuk mengukur efektivitas iklan adalah Consumer Decision Model (CDM), dengan enam variabel yang saling berhubungan (interrelated variables), meliputi: F (information), B (Brand Recognition), A (Attitude), C (Confidence), I (Intention) dan P (Purchase).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana efektivitas iklan Shampoo Sunsilk Soft & Smooth di televisi dengan menggunakan Consumer Decision Model (CDM). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 96 warga Kecamatan Mijen, Kabupaten Demak yang pernah menonton iklan televisi Shampoo Sunsilk Soft & Smooth yang diambil secara Accidental Sampling.

Metode analisis yang digunakan adalah analisis jalur path dengan regresi yang diolah dengan bantuan software SPSS. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa secara langsung pesan iklan berpengaruh terhadap pengenalan merk, keyakinan konsumen dan sikap konsumen. Hal tersebut terlihat dari nilai signifikannya masing-masing (0,000; 0,000; 0,000) < 0,05. Pengenalan merk secara langsung berpengaruh terhadap keyakinan konsumen, dan sikap konsumen karena signifikan 0,000 < 0,05. Keyakinan konsumen dan sikap konsumen secara langsung berpengaruh terhadap niat beli dengan signifikan masing-masing (0,000; 0,000) < 0,05. Pesan iklan berpengaruh terhadap niat beli melalui variabel antara keyakinan konsumen dengan signifikan 0,000 < 0,000. Pesan iklan berpengaruh terhadap niat beli melalui variabel antara sikap konsumen dengan signifikan 0,000 < 0,05. Pesan iklan berpengaruh terhadap keyakinan konsumen melalui variabel antara pengenalan merk dengan signifikan 0,000 < 0,05. Sedangkan pesan iklan berpengaruh terhadap sikap konsumen melalui variabel antara pengenalan merk. Bagi Perusahaan sebaiknya penayangan iklan di televisi lebih ditingkatkan intensitasnya untuk meningkatkan niat beli konsumen pada Shampoo Sunsilk Soft & Smooth. Experiential marketing dilakukan pada pusat perbelanjaan agar konsumen mendapat pengalaman tentang produk Shampoo Sunsilk Soft & Smooth sehingga dapat meningkatkan pengenalan merk, keyakinan konsumen dan sikap konsumen dalam memutuskan pembelian produk Shampoo Sunsilk Soft & Smooth.

Kata Kunci : Pesan iklan, Pengenalan merk, Keyakinan konsumen, Sikap konsumen, dan Niat beli

03311435-DIDIH TIRTA

EVALUASI SISTEM ANTRIAN DAN PELAYANAN KONSUMEN PADA BANK SUMSEL CABANG PRABUMULIH SUMATRA SELATAN ; Pembimbing : ZULIAN YAMIT, DRS, M.SI

Abstrak : Antrian merupakan bagian dari kehidupan manusia sehari-hari. Antrian terbentuk bilamana banyaknya pelanggan atau nasabah yang akan dilayani melebihi kapasitas layanan yang tersedia. Dalam banyak hal, penambahan jumlah layanan dapat dipenuhi untuk mengurangi antrian atau menghindari antrian yang terus membesar; namun demikian, biaya penambahan layanan dapat menyebabkan keuntungan berada di bawah taraf yang dapat diterima. Di pihak lain, antrian yang terlalu panjang dapat mengakibatkan kehilangan penjualan ataupun pelanggan. Karenanya, permasalahan muncul karena terlalu banyak permintaan (pelanggan terlalu lama menunggu) dan terlalu sedikit permintaan (terlalu banyak waktu luang atau menganggur). Dalam penelitian ini penulis akan mengevaluasi sistem antrian pada Bank Mandiri Cabang Gatot Subroto Jambi dan menganalisis biaya fasilitas pelayanan dan biaya tunggu pelayanan. Biaya fasilitas pelayanan adalah biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk membuat fasilitas dalam sistem antrian sedangkan biaya tunggu pelayanan adalah biaya yang harus ditanggung nasabah (customer) saat mengantri dalam sistem. Kedua biaya tersebut secara signifikan akan berpengaruh pada biaya total pelayanan. Biaya total pelayanan diharapkan efektif dalam sebuah sistem antrian sehingga biaya yang ditanggung oleh perusahaan dan nasabah akan efektif juga, dan biaya total pelayanan dikatakan efektif ketika sistem antrian tidak terlalu padat atau efisien.

03311484-RIO

EVALUASI SISTEM ANTRIAN PELAYANAN KONSUMEN PADA BANK RAKYAT INDONESIA CABANG PLAZA SETURAN JOGJAKARTA ; Pembimbing : SITI NURUL NGAINI, DRA, MM

Abstrak : Dalam kehidupan sehari-hari, antrian, queueing atau waiting line, sangat sering dijumpai. Mengantri kadang memang harus dilakukan ketika sedang menunggu giliran, misalnya untuk membeli karcis bioskop, membayar tol, mengambil atau menyetor uang pada bank, dan lainnya. Antrian juga dapat terjadi pada barang, misalnya antrian barang mentah yang akan diproses untuk dijadikan suatu produk tertentu, komoditi ekspor yang akan dimuat ke kapal laut, ataupun data yang akan diolah dipusat komputer. Dalam penelitian ini akan menganalisis sistem antrian pada Bank Rakyat Indonesia cabang Plaza Seturan, Jogjakarta, menganalisa apakah sistem antrian yang digunakan saat ini sudah efektif?, dan menganalisa biaya fasilitas pelayanan dan biaya tunggu pelayanan. Biaya fasilitas pelayanan adalah biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk fasilitas dalam sistem antrian sedangkan biaya tunggu pelayanan adalah biaya yang harus ditanggung pelanggan (customer) saat mengantri dalam sistem. Kedua biaya tersebut secara signifikan akan berpengaruh pada biaya total pelayanan, dan biaya total pelayanan diharapkan efektif dalam sebuah sistem antrian sehingga biaya yang ditanggung oleh perusahaan dan pelanggan akan efektif pula, dan biaya total pelayanan dikatakan efektif ketika sistem antrian tidak terlalu padat atau efisien.

03311491-ARI SUHARMOKO

ANALISIS PENGARUH FAKTOR-FAKTOR HEDONIK TERHADAP HARGA JUAL MOBIL TOYOTA AVANZA BEKAS DARI SUDUT PANDANG PARA PENJUAL MOBIL BEKAS DI YOGYAKARTA ;

Pembimbing : SRI HARDJANTI.,DRA.,MM

Abstrak : Penelitian berjudul "Analisis Pengaruh Faktor-faktor Hedonik Terhadap Harga Jual Mobil Toyota Avanza Dari Sudut Pandang Para Penjual Mobil Bekas Di Yogyakarta" ini bertujuan untuk menjelaskan tentang pengaruh faktor Hedonik yang terdiri dari tahun keluaran, CC, kondisi mesin, kondisi bodi, kondisi cat, kondisi AC, serta mencari variabel yang paling berpengaruh terhadap harga jual mobil bekas Toyota Avanza. Penelitian ini membahas tentang faktor Hedonik, yaitu faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi harga jual mobil bekas. Objek yang diteliti adalah para penjual mobil bekas Toyota Avanza. Sedangkan variabel yang diteliti adalah tahun keluaran, CC, kondisi mesin, kondisi bodi, kondisi cat, kondisi AC. Data yang digunakan adalah data primer melalui angket/kuesioner yang disebarakan langsung kepada para penjual mobil bekas Toyota Avanza. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 96 orang. Metode pengujian statistik dengan menggunakan uji Regresi Linier Berganda dengan taraf signifikansi 0,05. Dalam mengambil keputusan dilakukan dengan uji F, uji t, uji asumsi klasik, uji korelasi berganda, dan uji determinasi berganda, korelasi parsial.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa berdasarkan uji t dan uji F, variabel tahun keluaran, CC, kondisi mesin, kondisi bodi, kondisi cat, kondisi AC berpengaruh secara signifikan terhadap harga jual mobil bekas Toyota Avanza. Selain itu ditemukan bahwa variabel tahun keluaran merupakan variabel yang paling dominan mempengaruhi harga jual mobil bekas Toyota Avanza.

Kata Kunci: faktor hedonik mempengaruhi harga jual.

04311156-GUNAWAN DWI KUSUMA

PENGARUH STRES KERJA TERHADAP KOMITMEN KARYAWAN BAGIAN PRODUKSI DENGAN REINFORCEMENT SEBAGAI VARIABEL INTERVENING(STUDI PADA PERUSAHAAN BHARATA INDONESIA-TEGAL) ; Pembimbing : SUPARDI,MM

Abstrak : Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh antara stres kerja terhadap komitmen karyawan dengan reinforcement sebagai variabel intervening Penelitian ini menggunakan data primer dengan menggunakan tehnik sistematik random sampling dengan responden yang ditentukan sebanyak 120 karyawan bagian produksi PT Bharata IndonesiaTegal Jawa Tengah. Alat analisis yang digunakan adalah path analysis. Penggunaan alat analisis ini dimaksudkan untuk mengukur pengaruh stress kerja terhadap komitmen karyawan melalui reinforcement sebagai variabe intervening.

Penelitian ini menemukan nilai C.R. untuk pengaruh antara stres kerja terhadap reinforcement adalah sebesar -5,087 Pvalue sebesar 0,000 dimana lebih kecil dari 0,05 atau Pvalue (0,000) < α (0,05).

Yang berarti bahwa stres kerja berpengaruh negatif dan signifikan terhadap reinforcement. Nilai C.R. untuk pengaruh antara kepuasan terhadap loyalitas adalah sebesar 4,537 Pvalue sebesar 0,000 dimana lebih kecil dari 0,05 atau Pvalue (0,000) < α (0,05). Hal ini menunjukkan bahwa reinforcement berpengaruh positif dan signifikan terhadap komitmen. Nilai C.R. untuk pengaruh antara stres kerja terhadap komitmen secara tidak langsung adalah sebesar -3,311 Pvalue sebesar 0,004 dimana lebih kecil dari 0,05 atau P value (0,004) < α (0,05). Hal ini menunjukkan bahwa stres kerja secara tidak langsung berpengaruh negatif dan signifikan terhadap komitmen.

Kata kunci: Stres Kerja, Komitmen Karyawan, reinforcement, karyawan bagian produksi, PT. Bharata Indonesia.

04311170-ADI PRAYUDI

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN CALL CENTER TERHADAP LOYALITAS MEREK(STUDI PADA KARTU PRABAYAR PT XL AXIATA TBK.(XL)) ; Pembimbing : AL HASIN, DRS, MBA

Abstrak : Skripsi ini berjudul pengaruh kualitas pelayanan call center terhadap loyalitas merek. Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas. Penelitian ini dilakukan di Yogyakarta dan obyek yang diteliti adalah para pengguna kartu prabayar XL yang pernah melakukan call center. Populasi dari penelitian ini seluruh pengguna telepon XL salular baik pria maupun wanita yang pernah berhubungan dengan call center di setiap pelosok Condong Catur Yogyakarta. Sampel penelitian ini menggunakan data primer dengan memakai tehnik purposive sampling dengan responden sebanyak 100 responden yang pernah berinteraksi yang terjadi dengan petugas call center PT XL Axiata. Alat analisis yang digunakan adalah Structural Equation Models (SEM). Penggunaan alat analisis ini dimaksudkan untuk mengukur pengaruh kualitas layanan (pengalaman pelanggan) terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan sebagai variabe intervening. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa adaptiveness, Emphaty, Assurance, dan Authority berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan dimana variabel adaptivness yang berpengaruh terbesar terhadap kepuasan. adaptiveness, Emphaty, Assurance, dan Authority berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas dimana variabel adaptivness yang berpengaruh terbesar terhadap loyalitas. Kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas.

Kata kunci: Service encounter, loyalitas, kepuasan.

04311289-GALIH NURSETA

EVALUASI PENGAWASAN KUALITAS SARUNG TANGAN GOLF PADA UD. BUDI HARJO YOGYAKARTA ; Pembimbing : ZAINAL MUSTOFA EQ, DRS, MM

Abstrak : Pengawasan kualitas merupakan suatu aktifitas (manajemen perusahaan) untuk menjaga dan mengarahkan agar kualitas produk (dan jasa) perusahaan dapat dipertahankan sebagaimana yang telah direncanakan. Kurangnya pengawasan kualitas yang dilakukan perusahaan dapat mengakibatkan produk yang dihasilkan tidak sesuai dengan standar kualitas yang telah ditetapkan perusahaan. Sedangkan masalah utama yang diangkat dalam penelitian ini yaitu adanya kecenderungan kurangnya pengawasan kualitas yang dilakukan oleh perusahaan. Dengan menggunakan metode penelitian tertentu nantinya dapat diketahui apakah kecenderungan tersebut benar-benar terjadi dan apakah produk yang dihasilkan sudah sesuai dengan standar kualitas yang telah ditentukan atau belum. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan metode Control Chart yang terdiri atas X-Chart yang digunakan untuk mengukur variable produk yang terdiri dari berat dan luas sarung tangan golf produk. Serta P-Chart yang digunakan untuk mengukur atribut produk seperti kerapian dan kebersihannya. Selain itu untuk mengetahui atau menganalisis penyebab terjadinya kerusakan produk dan untuk mencari pemecahan atas masalah tersebut digunakan Diagram Ishikawa. Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut, analisa dengan menggunakan X-Chart yang digunakan untuk mengukur berat dan luas sarung tangan golf produk diperoleh hasil bahwa produk sarung tangan golf yang dihasilkan dapat dikatakan kurang baik karena kerusakan yang terjadi melebihi batas toleransi kerusakan yang ditetapkan perusahaan. Sedangkan analisa dengan menggunakan P-Chart diperoleh hasil bahwa sarung tangan golf yang dihasilkan dinyatakan kurang baik karena jumlah produk cacat melebihi batas toleransi produk cacat yang ditetapkan oleh perusahaan. Menurut analisa yang digunakan dengan Diagram Ishikawa penyebab kecacatan produk antara lain disebabkan oleh faktor SDM, alat produksi, bahan baku dan faktor lingkungan.

04311469-TOTOK SUGIHARTO

IMPLEMENTASI STRATEGI PEMASARAN PELAKU USAHA-USAHA INFORMAL BERDASARKAN SEGMENTING - TARGETTING DAN POSITIONING DI KABUPATEN BANTUL YOGYAKARTA (STUDI KASUS PADA PELAKU USAHA INFORMAL WARUNG INTERNET DAN RENTAL PLAY STATION DI KECAMATAN BANTUL) ; Pembimbing : SUWARSONO MUHAMMAD, DRS., MA

Abstrak : Skripsi ini berjudul "Implementasi Strategi Pemasaran Pelaku Usaha-Usaha Informal Berdasarkan Segmenting, Targeting, dan Positioning di Kabupaten Bantul Yogyakarta". Penelitian ini bertujuan untuk mencari informasi dan menganalisis tentang perkembangan, prospek dan implementasi strategi pemasaran dengan STP pada pelaku usaha-usaha informal di Kabupaten Bantul Yogyakarta. Scope area di dalam penelitian ini berlokasi di Kecamatan Bantul.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang bersumber dari penyebaran kuisioner, dan interview, serta dilakukan observasi lapangan guna menambah kevaliditasan data. Dan data sekunder yang didapatkan melalui internet, buku-buku dan tulisan ilmiah yang mempunyai relevansi guna mendukung analisis di dalam penelitian ini. Pengambilan sample dilakukan dengan teknik "probability sampling" atau lebih tepatnya dengan "stratified random sampling", dimana sampelnya adalah para pelaku usaha-usaha informal dalam satu jenis aplikasi usaha (produk jasa) dengan dua objek fokus penelitian yaitu Warung Internet dan Rental Play Station dengan masa usahanya lebih dari satu tahun. Sampel yang diambil sebanyak 30 responden yang terbagi dalam kedua kategori objek usaha informal tersebut.

Variabel penelitian adalah segmenting berdasarkan perilaku (penggunaan dan manfaat), targeting berdasarkan pasar (jumlah pelanggan) dan laba (nominal rupiah), serta positioning berdasarkan produk (features) dan harga (murah/mahal). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey dan observasi dengan teknik analisis secara deskriptif atau kualitatif.

Dari hasil analisis data yang telah dilakukan oleh peneliti, ternyata perkembangan dan prospek usaha-usaha informal di Kabupaten Bantul, khususnya di Kecamatan Bantul, menunjukkan kecenderungan yang positif atau baik di masa mendatang. Dan sudah adanya implementasi STP oleh para pelaku usaha-usaha informal dalam aplikasi kegiatan usaha mereka, dengan interpretasi dan perlakuan yang heterogen satu sama lainnya yaitu segmenting, yang dipilih adalah pasar berdasarkan statusnya yaitu umum dan pelajar, targeting yang ditetapkan adalah segmen pasar umum dan pelajar, dan positioning yang diterapkan adalah berdasarkan atribut produk atau jasa, harga dan kualitas, kesemuanya tersebut di atas telah dilakukan oleh para pelaku usaha-usaha informal di dalam penelitian ini untuk mencapai tujuannya, yaitu mendapatkan pangsa pasar sebanyak-banyaknya dan mendapatkan laba sebesar-besarnya serta sekaligus dipergunakan sebagai teknik bertahan di tengah-tengah maraknya persaingan kehomogenitasan usah-usah informal saat ini.

05311034-HEIDY MAYA YUNITA

PENGARUH BUDAYA ORGANISASI TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA BMT BERINGHARJO, YOGYAKARTA ; Pembimbing : BUDI SUDJIJONO.,DRS.,MM

Abstrak : Skripsi ini berisi tentang “Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada BMT Beringharjo, Yogyakarta. Yang dimana Budaya Organisasi merupakan variabel Independen atau variabel bebas terdiri dari 6 dimensi yaitu Process Oriented vs. Result Oriented, Employee Oriented vs. Jb Oriented, Parochial vs. Profesional, Open System vs. Close System, Loose Control vs.Tight Control, Normative vs Pragmatic. Dan Kinerja Karyawan sebagai variabel Independen atau variabel terikat. Masalah dalam skripsi ini apakah ada pengaruhnya Budaya Organisasi dengan Kinerja karyawan?, untuk memecahkan masalah ini penulis menggunakan kuesioner sebagai metode pengambilan data. Dimana kuesioner ini menggunakan skala likert yaitu dengan cara responden memilih alternatif jawaban dengan 5 kemungkinan antara lain “sangat benar”, “benar”, “kurang benar”, “tidak benar”, dan “ sangat tidak benar”. Jawaban responden tersebut kemudian dinilai dan diolah metode kuantitatifnya.

Dan dapat diketahui bahwa Budaya Organisasi berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Karyawan BMT Beringharjo, Yogyakarta. Hal ini dibuktikan besarnya nilai F sebesar 8,177 dan F tabel sebesar 2,3490 (nilai F hitung > F tabel). Besar sumbangan keenam variabel diatas secara bersama-sama terhadap kinerja karyawan sebesar 49,5%. Hal ini berarti sumbangan keenam variabel terhadap kinerja karyawan BMT Beringharjo, Yogyakarta termasuk kecil.

Kata Kunci : Budaya Organisasi, 6 dimensi Hofstede, dan Kinerja Karyawan.

05311045-INDRAWATI RAKHMADANI

PENGARUH PELATIHAN TERHADAP PRESTASI KERJA KARYAWAN PADA BANK INDONESIA YOGYAKARTA ; Pembimbing : ACHMAD SOBIRIN, DR., MBA., AK.

Abstrak : Penelitian ini dilakukan untuk meneliti bagaimana pengaruh variabel-variabel pelatihan terhadap prestasi kerja karyawan pada Bank Indonesia Yogyakarta, serta mengetahui variabel mana yang memiliki pengaruh yang signifikan terhadap prestasi kerja.

Penelitian ini menggunakan analisis data secara kuantitatif dengan analisis regresi linier berganda, dan metode analisis data secara kualitatif dengan teknik kuesioner dengan cara membuat daftar pertanyaan berupa angket yang dibagikan kepada responden. Sampel dari penelitian ini adalah seluruh karyawan Bank Indonesia Yogyakarta.

Hasil perhitungan validitas dan reliabilitas dilakukan dengan program SPSS for windows 14.00. Dari hasil pengujian diperoleh bahwa pengaruh variabel motivasi, pengetahuan, keterampilan, praktek kerja dan perbedaan individu secara bersama – sama menunjukkan hasil nilai F sebesar 30,507 dan F tabel 2,7014, ($30,507 > 2,7014$), artinya variabel independen (variabel motivasi, pengetahuan, keterampilan, praktek kerja dan perbedaan individu) secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap prestasi kerja karyawan Bank Indonesia Yogyakarta. Variabel yang berpengaruh dominan terhadap prestasi kerja pada Bank Indonesia adalah variabel keterampilan.

05311056-SEPTI KUSUMASARI

ANALISIS PENGARUH TINGKAT KESEHATAN PERUSAHAAN TERHADAP RETURN SAHAM (STUDI PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA) ; Pembimbing : ZAENAL ARIFIN, DR., M.SI

Abstrak : Penelitian ini dilakukan dengan tujuan mengetahui bagaimana pengaruh tingkat kesehatan perusahaan terhadap return/tingkat keuntungan saham, pada perusahaan-perusahaan manufaktur makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Populasi penelitian ini adalah perusahaan manufaktur makanan dan minuman yang listing di Bursa Efek Indonesia (BEI), dan data yang digunakan adalah data tahunan (5 tahun) sepanjang tahun 2005 – 2009. Variabel bebas yang digunakan adalah tingkat kesehatan perusahaan model Altman Z-Score, tingkat kesehatan perusahaan model BUMN, size, dan beta. Sedangkan return saham merupakan variabel tidak bebas. Berdasarkan hasil analisis data, disimpulkan bahwa tingkat kesehatan perusahaan model Altman Z-Score berpengaruh terhadap return saham, tingkat kesehatan perusahaan model BUMN tidak berpengaruh terhadap return saham, size tidak berpengaruh terhadap return saham, dan beta tidak berpengaruh terhadap return saham.

Kata kunci: tingkat kesehatan perusahaan model Altman Z-Score, tingkat kesehatan perusahaan model BUMN, size, beta, dan return saham.

05311226-EDITTA PUTRI RIZQI H

MOTIVASI KONSUMEN DALAM PEMBELIAN BERAS ORGANIK DI PROPINSI DIY; Pembimbing : MUCHSIN MUTHOHAR, DRS.,MBA

Abstrak : Tanaman organik merupakan tanaman yang dihasilkan tanpa menggunakan pupuk atau bahan kimia lainnya, sehingga dengan mengkonsumsi tanaman organik akan mengurangi masuknya zat kimia kedalam tubuh. Tanaman organik merupakan salah satu dari kemajuan di bidang pertanian yang sedang berkembang pesat di Indonesia. Salah satu hal yang menjadi minat penulis kali ini adalah tentang pengetahuan dan motivasi konsumen terhadap pembelian beras organik. Ketertarikan konsumen terhadap beras organik dapat disebabkan oleh banyak faktor, seperti alasan kesehatan, rasa yang lebih enak, dan lain sebagainya.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor rasional atau faktor emosional apa saja yang mendorong konsumen untuk memilih beras organik, dan untuk mengetahui faktor manakah yang lebih dominan antara faktor rasional dan emosional yang mendorong konsumen untuk membeli beras organik. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh konsumen beras organik di Yogyakarta. Sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 96 responden yang diambil dengan metode convenience sampling, dengan metode ini peneliti memilih sampel dari elemen populasi yang datanya mudah diperoleh peneliti. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dengan persentase. Berdasarkan hasil analisis data dapat diketahui bahwa dari faktor rasional yang paling memotivasi konsumen dalam memilih beras organik adalah karena beras organik menyehatkan. Sedangkan faktor yang paling dominan dalam motivasi emosional adalah karena beras organik dirasa konsumen dapat mencerminkan citra diri.

Keywords: beras organik, motivasi konsumen, motivasi rasional, motivasi emosional

05311271-MOH .SETYO SEJATI*ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS**PELANGGAN BENGKEL SUMBER JADI MOTOR SOLO ; Pembimbing : SRI HARDJANTI, DRA.,MM*

Abstrak : Penelitian ini berjudul "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Bengkel Sumber Jadi Motor Solo". Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel Sumber Jadi Motor di Solo, untuk mengetahui dimensi kualitas pelayanan manakah yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel Sumber Jadi Motor di Solo, dan untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada bengkel Sumber Jadi Motor di Solo, dan untuk mengetahui dimensi kualitas layanan manakah yang berpengaruh dominan terhadap loyalitas pelanggan pada bengkel Sumber Jadi Motor di Solo. Metode analisa dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa bukti langsung memiliki nilai rata-rata 4,05 yang termasuk dalam puas, keandalan memiliki nilai rata-rata 4,11 yang termasuk dalam puas, daya tanggap memiliki nilai rata-rata 3,97 yang termasuk dalam Puas, jaminan memiliki nilai rata-rata 4,02 yang termasuk dalam Puas, perhatian memiliki nilai rata-rata 4,12 yang termasuk dalam Puas, kepuasan Pelanggan memiliki nilai rata-rata 3,84 yang termasuk dalam puas, dan loyalitas pelanggan memiliki nilai rata-rata 4,12 yang termasuk dalam Loyal. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan akan mengulang untuk melakukan servis di bengkel dan pelanggan akan memberikan saran kepada teman atau keluarga untuk melakukan servis di bengkel ini. Terdapat pengaruh yang signifikan antara Bukti Langsung, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, dan Perhatian terhadap kepuasan pelanggan pada Bengkel Sumber Jadi Motor di Solo. R² sebesar 0,536 artinya variabel dependen dalam model yaitu Kepuasan Pelanggan Bengkel Sumber Jadi Motor Gading, Solo dijelaskan oleh variabel independen yaitu Bukti Langsung, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, dan Perhatian sebesar 53,6%, sedangkan sisanya sebesar 46,4% dijelaskan oleh variabel lain diluar model. Koefisien korelasi antara variabel Bukti Langsung, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, dan Perhatian dengan variabel mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Bengkel Sumber Jadi Motor Gading, Solo sebesar 0,732, hal ini berarti korelasinya kuat. Hal ini berarti setiap terjadi kenaikan Bukti Langsung, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, dan Perhatian, maka akan diikuti kenaikan Kepuasan Pelanggan Bengkel Sumber Jadi Motor Gading, Solo. Variabel perhatian yang dominan dalam mempengaruhi Kepuasan Pelanggan bengkel Sumber Jadi Motor Gading, Solo. Terdapat pengaruh yang signifikan antara Bukti Langsung, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Perhatian, dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Bengkel Sumber Jadi Motor di Solo. R² sebesar 0,457 artinya variabel dependen dalam model yaitu Loyalitas Pelanggan Bengkel Sumber Jadi Motor Gading, Solo dijelaskan oleh variabel independen yaitu Bukti Langsung, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Perhatian, dan Kepuasan Pelanggan sebesar sebesar 45,7, sedangkan sisanya sebesar 54,3% dijelaskan oleh variabel lain. Koefisien korelasi antara variabel Bukti Langsung, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, dan Perhatian dengan variabel mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Bengkel Sumber Jadi Motor Gading, Solo sebesar 0,676, hal ini berarti korelasinya kuat. Hal ini berarti setiap terjadi kenaikan Bukti Langsung, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Perhatian, dan Kepuasan Pelanggan, maka akan diikuti kenaikan Loyalitas Pelanggan Bengkel Sumber Jadi Motor Gading, Solo. Variabel Daya Tanggap yang dominan dalam mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Bengkel Sumber Jadi Motor Gading, Solo. Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan, dan Loyalitas Pelanggan

05311280-HARYO ALHAKKI***PENGARUH FAKTOR HARGA DAN ATRIBUT PRODUK TERHADAP MINAT BELI MOBIL TOYOTA KIJANG INNOVA ; Pembimbing : SUMADI, DRS., M.SI***

Abstrak : Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap harga produk yang terdiri dari harga beli produk baru, harga jual kembali, dan biaya pemeliharaan mobil Toyota Kijang Innova. Untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap atribut diantaranya bentuk keseluruhan, warna, mesin, dan kenyamanan produk mobil Toyota Kijang Innova. Dan untuk mengetahui pengaruh harga dan atribut produk mobil Toyota Kijang Innova baik secara parsial maupun secara bersama-sama terhadap minat beli konsumen. Dalam hal ini variabel minat terbentuk dari beberapa indikator yaitu minat membeli mobil Toyota Kijang Innova bila sudah memiliki kemampuan ekonomi, mempertimbangkan bahwa mobil Toyota Kijang Innova merupakan prioritas utama yang akan dibeli, minat membeli dengan mempertimbangkan harga dan kelayakan mobil Toyota Kijang Innova, minat membeli dengan mempertimbangkan jumlah tempat duduk/muatan mobil Toyota Kijang Innova, dan minat membeli dengan mempertimbangkan model dan desain mobil Toyota Kijang Innova. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah calon konsumen yang berminat melakukan pembelian pada mobil Toyota Kijang Innova di Yogyakarta. Sampel penelitian ini adalah 100 calon konsumen yang dianggap telah cukup mewakili populasi yang diteliti. Teknik penarikan sampel menggunakan metode "purposive sampling", yaitu pemilihan sekelompok obyek didasarkan atas ciri-ciri atau sifat-sifat populasi tertentu yang dipandang mempunyai sangkut paut yang erat dengan ciri-ciri atau sifat-sifat yang sudah diketahui sebelumnya. Alat analisis yang digunakan adalah Analisis Regresi Linier Berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi konsumen terhadap harga produk mobil Toyota Kijang Innova termasuk dalam kriteria sangat baik. Hal ini dibuktikan dengan nilai mean aritmatik terhadap penilaian responden terhadap harga produk sebesar 3,45 (sangat baik), terhadap atribut produk mobil Toyota Kijang Innova sebesar 3,69 (sangat baik). Hasil minat beli konsumen terhadap mobil Toyota Kijang Innova termasuk dalam kriteria sangat berminat dengan rata-rata penilaian sebesar 3,74. Variabel pembentuk minat beli yang terdiri dari variabel-variabel harga dan atribut secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat beli. Kata kunci : harga, atribut produk, minat beli

05311352-AGUNG FITRIANTO***ANALISIS PENGARUH PRODUCT FEATURE PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS KONSUMEN DI SANGGAPURA FASHION ; Pembimbing : SUNARDJI DAROMI, DRS.,MM***

Abstrak : Perilaku konsumen merupakan hal yang kompleks dan diperlukan suatu cara yang tepat agar dapat memberikan kepuasan kepada mereka. Konsumen adalah aset bagi perusahaan, sehingga informasi mengenai apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen menjadi sangat penting terutama untuk membentuk loyalitas. Penelitian berjudul "Analisis Pengaruh Product Feature, Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen di Singapura Fashion" bertujuan untuk menjelaskan pengaruh product feature, pelayanan, dan harga terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen, serta mencari variabel yang paling kuat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas konsumen.

Obyek yang diteliti adalah sebagian konsumen yang berumur di atas 18 tahun yang sedang membeli di gerai Singapura Fashion, sedangkan variabel yang diteliti adalah product feature, pelayanan, harga, kepuasan, dan loyalitas konsumen. Data yang digunakan adalah data primer melalui kuesioner atau angket yang disebarakan langsung kepada konsumen yang sedang membeli produk di gerai Singapura Fashion. Pengujian statistik dengan menggunakan analisis regresi berganda dengan taraf signifikansi 5%, dalam mengambil keputusan dilakukan dengan uji t dan uji F.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa berdasarkan uji t dan uji F, variabel product feature, pelayanan, harga, kepuasan, dan loyalitas konsumen secara serempak tidak berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen. Secara parsial, hanya variabel kepuasan konsumen yang berpengaruh signifikan terhadap product feature, pelayanan, dan harga terhadap loyalitas konsumen.

05311436-HENDRA RAHTOMO

PERFORMANCE ANALYSIS OF SERVICE QUALITY OF ADMINISTRATIVE DEPARTEMENT: A CASE STUDY IN INTERNATIONAL PROGRAM OF LAWS FACULTY OF UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA ;

Pembimbing : MURWANTO SIGIT, DRS, H, MBA

Abstrak : Hendra Rahtomo (2010) "Performance Analysis of Service Quality of Administrative Department: A Case Study in International Program of Laws Faculty of Universitas Islam Indonesia." Yogyakarta: Management Department, International Program Faculty of Economics, Universitas Islam Indonesia.

This study analyzes the performance of service quality in administrative department of IP FH UII as perceived by the student of this faculty, and also sought to determine the relationship between the perceived service quality according to the five dimensions and student satisfaction to the service quality of the administrative department. This research also determines which dimension of service quality has the most dominant effect on the satisfaction of the students in the Law Faculty of Universitas Islam Indonesia as the customer. Therefore the research title is Performance Analysis of Service Quality of Administrative Department: A Case Study in International Program of Laws Faculty of Universitas Islam Indonesia. The International Program is a special undergraduate program (S1) at the Faculty of Law, Islamic University of Indonesia with specific concentration on International Law and Business Law.

The data collected from the respondent's questionnaire with a sample of 100 students of IP FH UII who has experienced towards its administration department service. The data later on been analyzed by regression analysis using SPSS program.

The findings reveal that the quality dimensions (tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy) on administrative department of IP FH UII has been proven to have a significant effect on customer satisfaction as the most dominant dimension is tangible.

Therefore, marketers in higher education should improve the service quality on its administration department, because it can increase customer satisfaction. They also have to focus on the tangible dimension regarding this dimension having the significant effect toward customer satisfaction.

Keyword: service, SERVQUAL, Customer Satisfaction, Administration Department

05311445-FARHAN ARIFUDDIN

ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT PRODUK HANDPHONE MEREK BLACKBERRY DI FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA ; Pembimbing : SUNARDJI DAROMI, DRS.,MM

Abstrak : Latar belakang dalam skripsi adalah mengetahui bagaimana sikap konsumen terhadap penggunaan produk handphone Blackberry dan apakah terdapat perbedaan sikap konsumen dalam menggunakan produk Blackberry berdasarkan karakteristik konsumen dikalangan mahasiswa fakultas ekonomi UII Yogyakarta berdasarkan atribut produk yaitu harga, desain, warna, messenger, internet dan layanan purna jual. Tujuan penelitian untuk mendapatkan sikap konsumen dalam menggunakan produk Blackberry dan untuk mendapatkan perbedaan sikap konsumen berdasarkan karakteristiknya. Metode penelitian adalah populasi dan sampel. Populasinya adalah mahasiswa atau mahasiswi yang menggunakan handphone merek Blackberry di fakultas ekonomi Sampel dilakukan dengan mencari dan memberikan kuisisioner untuk diisi. Dengan sampel 96 responden. Kemudian data yang diperoleh dilakukan uji instrumen menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Analisis yang digunakan adalah analisis fishbein dan kruskal wallis. Berdasarkan karakteristik konsumen Blackberry adalah wanita dan memiliki pendapatan atau uang saku per bulan antara Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000 rupiah. Berdasarkan analisis Fishbein disimpulkan bahwa sikap konsumen terhadap atribut produk yang ditawarkan produk Blackberry adalah Cukup setuju. Pengujian hipotesis disimpulkan bahwa berdasarkan jenis kelamin terdapat perbedaan sikap konsumen terhadap atribut desain dan warna pada produk Blackberry. Berdasarkan pendapatan atau uang saku per bulan pada atribut harga internet dan layanan purna jual terdapat perbedaan sikap konsumen pada pengguna Blackberry.

05311482-CANDRI SUKMA ATMA N

THE RELATIONSHIP OF CUTUMERS BELIEF, ATTITUDE AND SOCIAL SUPPORT ON INTERNET PURCHASE INTENTION: A CASE OF APPAREL SHOPPING IN INDONESIA; Pembimbing : ANAS HIDAYAT, DRS, M.B.A, PH.D

Abstrak : Information technology is growing rapidly, making people's live easier and more effective. Now, people are able to purchase any goods or service they need without going outside of their house. Using Internet as the media is getting popular. It is called an online shopping. People could shop any kind they need through Internet. Time effectively and simple purchasing process is just several advantages of using Internet purchase. However, although there are advantages offered by the use of Internet, there are still many people do not use the Internet as their place for purchasing goods/services. This research will investigate consumer's belief, attitude and social support on Internet purchase intention. This research also concern on the influence of prior experience with the Internet to Internet purchase intention. The results indicate that beliefs, attitude, social influence and prior experience are supporting consumers' purchase intention. Consumers in Indonesia are showing that beliefs about Internet apparel shopping giving the strongest influence on how they generating Internet purchase intention, specifically on apparel. Keywords: online shopping, beliefs, attitude, social influence, Internet experience, purchase intention, apparel shopping

06311008-ANGGI SUPRIYONO

ANALISIS PENGARUH MOTIVASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE BLACKBERRY (PADA MAHASISWA FE UII) ; Pembimbing : SUNARDJI DAROMI.,DRS.,MM

Abstrak : Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh motivasi rasional dan motivasi emosional terhadap keputusan pembelian handphone Blackberry di kalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi UII Yogyakarta, dan untuk mengetahui motivasi yang paling dominan yang mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian handphone blackberry di kalangan mahasiswa fakultas ekonomi UII Yogyakarta. Untuk menguji hipotesis yang diajukan menggunakan analisis regresi linier berganda.

Hipotesis pertama yang menyatakan bahwa variabel motivasi yang terdiri dari motivasi rasional dan motivasi emosional secara simultan dan parsial mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian diterima. Sedangkan pengaruhnya adalah sebesar 0,421, hal ini berarti kedua variabel bebas tersebut mempunyai kontribusi sebesar 42,1% terhadap keputusan pembelian pada produk handphone Blackberry, sedangkan sisanya sebesar 57,9% dipengaruhi oleh variabel bebas lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian . Hipotesis Kedua menyatakan variabel Motivasi rasional mempunyai pengaruh dominan terhadap keputusan pembelian terbukti. Hal ini dapat dilihat pada nilai koefisien determinasi parsial terbesar adalah pada dimensi Motivasi rasional (X1) mempunyai nilai terbesar yaitu sebesar 23,6%. Nilai ini paling besar jika dibandingkan nilai koefisien determinasi parsial variabel Motivasi emosional (X2) sebesar 16,6%.

06311014-RICCA STIEFANY PANE

ANALYSIS OF PT BANK MANDIRI TBK'S FINANCIAL PERFORMANCE TEN YEARS AFTER MERGER ;

Pembimbing : ABDUL MO'IN, SE.,MBA

Abstrak : Banking sector is one of crucial factors for country's economy. As a financial institution, a bank plays an important role as an intermediary for those who have excess fund with those who have fewer funds. Banking activities can boost the real sector which at the end will also boost the economy. The years 1990 until 1997 were the perfect years for banking industry in Indonesia. At that time, the government tried to boost the economic activity and one of the ways was by giving a loose in establishing banks. There were 239 banks in Indonesia; unfortunately those banks did not come with quality like the quality of the capital, management, or liquidity. In 1997 the monetary crisis revealed all the weaknesses in banking sector and banks with weak foundation went collapse even suffered bankruptcy. Government through IBRA (Indonesian Banking Restructuring Agency) created a restructuring program which one of its suggestions was to perform bank mergers and banks that were not proper in their operations liquidated. Bank Mandiri was the first merger bank consisted of four state-owned banks which were Bank Bumi Daya (BBD), Bank Dagang Negara (BDN), Bank Export Import (Bank Exim), and Bank Pembangunan Indonesia (Bapindo). These four banks went bankrupt and government decided to merge these banks.

Therefore, the performance of Bank Mandiri is questioned as it is the result of merger of unhealthy banks. This is a descriptive-comparative research and the writer uses financial ratios of Bank Mandiri before and after merger from year 1995-2009 to analyze the performance of Bank Mandiri. The writer also compares the financial ratios of Bank Mandiri with the standard requirements of Bank Indonesia to see whether Bank Mandiri is a healthy bank or not. The research findings are Bank Mandiri was not a healthy bank after its merger as it relied on the interest income from the holding of government

bonds. Beside, the performance of Bank Mandiri was unstable as Bank Mandiri reduced the holding of government bonds. Another finding is that Bank Mandiri is a healthy bank according to the standard requirements of Bank Indonesia after 2005 since before 2005 the performance of Bank Mandiri was unstable.

Keywords: financial performance, financial ratios, Bank Mandiri, CAR, NPL, ROA, ROE, NIM, LDR, IBRA, healthy bank

06311027-RALLYANA ANTON PRASTYA

ANALISIS PENGARUH KEPUASAN DAN LOYALITAS KONSUMEN PADA KUALITAS PRODUK BATIK DI TOKO NADZAR YOGYAKARTA TERHADAP MINAT BELI ; Pembimbing : ALBARI, DRS., M.SI

Abstrak : Penelitian berjudul “Analisis Pengaruh Kepuasan dan Loyalitas Konsumen pada Kualitas Produk Batik di Toko Nadzar Yogyakarta terhadap NiatBeli” ini bertujuan untuk menjelaskan tentang pengaruh kepuasan dan loyalitas konsumen pada produk batik terhadap niat beli, khususnya pada Toko Batik Nadzar Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dan analisis regresi. Hal ini bertujuan agar penelitian yang dihasilkan lebih akurat, sehingga dapat mencari solusi yang tepat. Metode deskriptif dilakukan dengan menggunakan instrument kuesioner. Kuesioner diolah menggunakan bantuan komputer melalui program SPSS versi 15.0, Sedangkan populasi yang diteliti konsumen atau pembeli batik di Toko Batik Nadzar. Sampel yang digunakan 126 orang. Metode pengujian statistik dengan menggunakan Analisis Regresi Linier Sederhana dan Analisis Regresi Berganda. Dalam mengambil keputusan dilakukan dengan uji F, uji t, uji asumsi klasik (multikolinieritas, heteroskedastisitas, normalitas, linieritas).

Berdasarkan analisis deskriptif diketahui bahwa penilaian konsumen pada variabel kepuasan secara keseluruhan termasuk dalam kategori puas dengan skor penilaian rata-rata 3,81. Penilaian tertinggi terjadi pada item puas dengan produk batik di toko Nadzar dengan skor rata-rata sebesar 3,92 (puas), dan penilaian terendah terjadi pada item pengalaman pada toko Nadzar memuaskan dengan skor rata-rata sebesar 3,66 (puas). Pada variabel loyalitas dalam kategori loyal dengan skor penilaian rata-rata 3,73. Penilaian tertinggi terjadi pada item jika tidak ada pasokan konsumen akan memesannya dengan skor rata-rata sebesar 3,76 (loyal), dan penilaian terendah terjadi pada item frekuensi pembelian di toko lain berkurang dan tidak membeli produk batik di toko lain dengan skor rata-rata sebesar 3,70 (loyal). Variabel niat beli masuk dalam kategori tinggi dengan skor penilaian rata-rata 3,72. penilaian tertinggi terjadi pada berniat untuk terus membeli batik di toko Nadzar dengan skor rata-rata sebesar 3,88 (tinggi), dan selanjutnya penilaian terendah pada mengikuti saran pedagang untuk tetap membeli di toko batik Nadzar, tetap terus membeli batik di toko Nadzar dan tidak akan berpindah ke toko lain dengan skor rata-rata sebesar 3,68 (tinggi). Hasil ini menunjukkan bahwa konsumen telah merasa puas dengan produk dan pelayanan pada toko batik Nadzar, sehingga memiliki sikap loyal dan bersedia melakukan pembelian kembali di toko batik Nadzar. Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel kepuasan terhadap loyalitas konsumen pada toko batik Nadzar. Hal ini berarti semakin tinggi kepuasan maka semakin tinggi pula loyalitas konsumen. Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel kepuasan dan loyalitas terhadap niat beli pada toko batik Nadzar. Hal ini berarti semakin tinggi kepuasan dan loyalitas maka semakin tinggi pula niat beli konsumen pada toko batik Nadzar. Pengaruh total variabel independet terhadap dependent yaitu pengaruh variabel kepuasan, dan loyalitas terhadap niat beli adalah sebesar 0,565 atau 56,5%.

Kata kunci: kepuasan, loyalitas, niat beli.

06311062-RIZKI ILHAM

ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN JASA KESEHATAN DI RUMAH SAKIT PROF. DR. SOEROYO MAGELANG ; Pembimbing : NUR SYA'BANI PURNAMA, SE., MSI

Abstrak : Penelitian ini bertujuan; (1) Untuk mengetahui seberapa pentingkah tingkat kepentingan atas atribut-atribut pelayanan jasa kesehatan di rumah sakit Prof. Dr. Soeroyo Magelang. (2) Untuk mengetahui seberapa baikkah tingkat pelaksanaan atau pelayanan jasa kesehatan di rumah sakit menurut konsumen. (3) Untuk mengetahui apakah konsumen sudah merasa puas dengan pelayanan jasa kesehatan secara keseluruhan di Rumah Sakit Prof. Dr. Soeroyo Magelang.

Dengan Hipotesa: Konsumen merasa puas dengan pelayanan jasa kesehatan rawat inap di Rumah Sakit Prof. Dr. Soeroyo Magelang.

Metode penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 responden dengan cara membagikan kuisioner. Metode analisis yang digunakan adalah diagram kartesius dan analisis tingkat kesesuaian. Hasil dari penelitian ini: (1) Berdasarkan analisis kinerja menunjukkan atribut-atribut pelayanan jasa kesehatan rawat inap di Rumah Sakit prof. Dr. Soeroyo Magelang dalam kategori baik. Hal ini ditunjukkan dengan rata-rata persepsi sebesar 3,76 yang berada pada interval 3,41 – 4,20. (2) Berdasarkan pada analisis kepentingan di Rumah Sakit Prof. Dr. Soeroyo Magelang memiliki tingkat kepentingan yang tinggi. Hal ini ditunjukkan dengan rata-rata harapan sebesar 4,18 yaitu berada pada point 3,41-4,20. (3) Hasil ini menunjukkan bahwa konsumen telah merasa puas atas kinerja rumah sakit. Oleh karena itu pihak rumah sakit terus meningkatkan kinerja pelayanannya kepada konsumen agar terjadi kesesuaian antara harapan dengan kinerja dari Rumah Sakit Prof. Dr. Soeroyo Magelang.

06311067-ADHIKA RIOWIBOWO

ANALISIS PERBANDINGAN RETURN DAN RESIKO SAHAM PADA INDEKS SAHAM SYARIAH DAN INDEKS SAHAM KONVENSIONAL DI BEI ; Pembimbing : ZAENAL ARIFIN, DR., M.SI.

Abstrak : Penelitian ini dilakukan untuk menguji perbandingan return dan resiko saham antara indeks saham syariah dengan indeks saham konvensional. Dalam penelitian ini, menggunakan variabel independen yaitu return dan resiko. Penelitian menggunakan data sekunder. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama 2 periode berturut – turut pada tahun 2008 dan 2009 dengan teknik purposive sampling dalam pengambilan data. Jumlah sampel yang didapat adalah 17 perusahaan di JII dan 34 perusahaan di LQ-45 pada tahun 2008, dan 20 perusahaan di JII dan 37 perusahaan di LQ – 45 pada tahun 2009.

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian adalah 1) tidak ada perbedaan antara tingkat return dan tingkat return di LQ-45, 2)) tidak ada perbedaan antara tingkat resiko dan tingkat resiko di LQ-45.

Metode analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan Uji Statistik, Uji T, dan Uji F. Berdasarkan hasil analisis pada penelitian ini menunjukkan bahwa, hipotesis pertama, yang menyebutkan bahwa tidak ada perbedaan antara tingkat return dan tingkat return di LQ-45, terbukti dan hipotesis kedua, yang menyebutkan bahwa tidak ada perbedaan antara tingkat resiko dan tingkat resiko di LQ-45, juga terbukti.

06311068-ALFIAN ALKAUTSAR

EVALUASI KUALITAS LAYANAN BMT AL-IKHLAS DI YOGYAKARTA; Pembimbing : **NURSYA'BANI PURNAMA, DRS., M.SI**

Abstrak : Pengukuran ini menganalisis kinerja kualitas layanan perusahaan dilihat dari aspek kepuasan nasabahnya. Penelitian dengan variabel CARTER dan menggunakan data primer dengan menyebarkan kuesioner sebanyak 50 lembar kepada mitra BMT Al-ikhlas Yogyakarta. Penarikan sampel dilakukan dengan teknik purposive sampling dimana responden merupakan mitra aktif BMT selama/lebih satu tahun. Teknik pengukuran dilakukan dengan metode angket skala Likert dengan skala satu sampai lima. Uji kelayakan data dilakukan dengan uji validitas dan uji reliabilitas menggunakan program SPSS 17. Data yang terkumpul dianalisis dengan metode IPA (Important Performance Analysis) hasil penelitian menunjukkan tingkat kepentingan adalah penting dengan mayoritas berada pada interval 3.40 – 4.19 dan tingkat kinerja adalah baik dengan mayoritas berada pada interval 3.40 – 4.19. Dari penelitian diagram kartesius maka dapat disimpulkan konsumen sudah puas dengan layanan yang diberikan BMT Al-Ikhlhas dengan dimensi CARTER secara keseluruhan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah namun ada dimensi yang perlu disempurnakan yaitu dimensi empathy karena terdapat atribut didalamnya yang berada dalam kuadran B.

Kata kunci : Jasa, kualitas, layanan, kepuasan, metode diagram kartesius.

06311073-JATI WIKANTO

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA WARUNG JAZZY NET DI YOGYAKARTA ; Pembimbing : **SRI HARDJANTI, DRA., MM**

Abstrak : Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada hubungan positif antara kualitas pelayanan yang terdiri dari Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance dan Emphaty pada warung internet JazzyNet terhadap kepuasan pelanggannya. Asumsi awal yang dijadikan dalam penelitian ini adalah ada hubungan positif antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada warung internet JazzyNet. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan. Sebaliknya, semakin tidak baik kualitas pelayanan yang diberikan maka semakin rendah tingkat kepuasan konsumen.

Metode analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan fasilitas program SPSS untuk menguji apakah ada hubungan positif antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada warung internet JazzyNet. Analisis regresi berganda menunjukkan taraf signifikansi sebesar 0.000 yang artinya ada hubungan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Karena taraf signifikansi tidak boleh melebihi 0.05, jadi hipotesis tidak diterima

06311076-MUHAMAD BIMA TAMA**EVALUASI PENGENDALIAN KUALITAS PRODUKSI GENTENG PADA PERUSAHAAN SUPER PWS****GODEAN, YOGYAKARTA ; Pembimbing : SITI NURUL NGAINI.,DRA.,MM**

Abstrak : Permasalahan yang dihadapi oleh perusahaan pada umumnya adalah tentang kualitas produk yang dihasilkan. Penilaian terhadap produk oleh konsumen akan menentukan keputusan untuk melakukan pembelian kembali. Kepuasan konsumen yang terpenuhi akan menimbulkan efek positif untuk perusahaan karena loyalitas konsumen akan bertahan bahkan meningkat, begitu pula sebaliknya. Kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan konsumennya biasa menjadi tolak ukur perusahaan untuk bisa bertahan. Dalam permasalahan kualitas berkisar tentang pengendalian dan peningkatannya. Pengendalian kualitas produk harus dilakukan secara terus-menerus begitu juga dengan peningkatan kualitas produknya. Dengan melakukan pengendalian kualitas maka diharapkan biaya produksi yang dilakukan akan berkurang, karena kemungkinan produk cacat akan terpantau. Penulis melakukan penelitian tentang pengendalian kualitas produk akhir genteng Super PWS yaitu Genteng Paris dan Genteng Mantili. Perusahaan tersebut melayani pemesanan genteng dalam pasar dalam negeri khususnya DIY dan sekitarnya yang menginginkan kualitas terbaik sehingga membutuhkan suatu pengendalian terhadap produk yang dihasilkan untuk selalu menjaga kualitas yang telah ada. Penelitian ini untuk mengetahui tentang standar kualitas yang telah ditetapkan perusahaan terhadap produk yang dihasilkan, mengetahui pengendalian kualitas produk perusahaan dan penyebab kecacatan serta cara mengatasinya. Analisis yang digunakan oleh penulis adalah uji keseragaman dan uji kecukupan data yang digunakan untuk melihat apakah data telah cukup untuk dilakukan perhitungan selanjutnya. Metode pengendalian kualitas statistic yaitu dengan metode Peta kendali $-P$ dan $-X$. Proses kapabilitas digunakan untuk mengetahui kemampuan suatu proses untuk memenuhi spesifikasi yang telah ditetapkan. Diagram sebab akibat digunakan untuk menelusuri penyebab terjadinya produk cacat yang terjadi secara kualitatif. Pengambilan data yang dilakukan adalah produksi bulan Oktober 2010, data yang digunakan merupakan data produksi yang telah lampau yang berisi jumlah produksi dan jumlah produk cacat untuk perhitungan matematisnya. Dalam analisis kualitatif dilakukan dengan wawancara dengan karyawan yang berkaitan dengan proses produksi.

Uji keseragaman dan uji kecukupan data digunakan untuk melihat apakah data telah cukup untuk dilakukan perhitungan selanjutnya. Peta kontrol menunjukkan batas-batas tingkat kecacatan yang diperbolehkan dari proses yang berlangsung dan gambaran tingkat cacat yang terjadi, bila masih dalam batas maka produksi yang dilakukan masih terkendali. X kontrol menunjukkan. Proses kapabilitas dilakukan untuk mengetahui kemampuan suatu proses untuk memenuhi spesifikasi yang telah ditetapkan. Diagram sebab akibat digunakan untuk menelusuri penyebab terjadinya produk cacat yang terjadi secara kualitatif. Pengambilan data yang dilakukan adalah data produksi selama bulan Oktober 2010. Pada akhir penelitian diketahui bahwa produksi yang dilakukan oleh perusahaan Super PWS masih berada dalam batas-batas pengendalian yang diperbolehkan. Faktor yang mempengaruhi terjadinya variasi produk berasal dari faktor manusia, mesin, cuaca, bahan baku, metode kerja, faktor yang paling berpengaruh adalah faktor cuaca dan bahan baku.

06311095-MUHAMMAD ZULFAN*ANALISIS LAYOUT FASILITAS PRODUKSI PADA UD JATI SARI, YOGYAKARTA ; Pembimbing :**ZULIAN YAMIT.,DRS.,M.SI*

Abstrak : Melihat begitu banyaknya perusahaan atau industri baik berskala kecil atau berskala besar yang bermunculan di berbagai bidang usaha saat ini menuntut perusahaan mengoperasikan perusahaannya secara baik dan efisien. Ketepatan dalam penyusunan penempatan mesin produksi yang ada dalam perusahaan dapat menunjukkan suatu keberhasilan bagi perusahaan dalam memproduksi. Dengan adanya penyusunan penempatan mesin yang teratur, maka lalu lintas proses produksinya akan lancar. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah UD Jati Sari sudah tepat dalam menyusun layout. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efisiensi dari penyusunan layout tersebut. Penelitian ini menggunakan alat analisis layout operasi berlanjut dan simulasi. Teknik pengumpulan data dengan cara penulis mengumpulkan secara khusus dan dicatat secara langsung dari lokasi produksi. Data yang diperlukan antara lain gambar layout yang berjalan, jarak antar tiap bagian, jarak antar mesin, waktu yang diperlukan untuk pembuatan tiap part. Data yang telah dikumpulkan, kemudian dianalisis secara kuantitatif dan dijelaskan dalam bentuk uraian yang disusun secara detail dan sistematis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa layout fasilitas produksi pintu pada UD Jati Sari belum efisien sehingga stasiun kerjanya harus disederhanakan menjadi 4 stasiun kerja. Sedangkan layout simulasi yang diusulkan oleh penulis tidak memberikan efisiensi, justru menurunkan efisiensi. Jadi UD Jati Sari tidak perlu merubah layoutnya, tetapi hanya menyederhanakan stasiun kerja menjadi 4 stasiun kerja.

06311224-MERILLA WYDA K*PENGARUH DAN HUBUNGAN FAKTOR-FAKTOR RELATIONSHIP MARKETING TERHADAP CUSTOMER LOYALTY(STUDY KASUS PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA) ; Pembimbing : AL HASIN, DRS.,MBA*

Abstrak : Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dan hubungan faktor-faktor Relationship Marketing terhadap loyalitas mahasiswa Universitas Islam Indonesia Yogyakarta. Data yang dipakai dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Variabel yang diteliti meliputi kepercayaan, komitmen, komunikasi, dan pengelolaan konflik, sedangkan analisis yang digunakan adalah regresi berganda dengan menggunakan SPSS 17. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode convenience sampling sebanyak 42 responden.

Hasil penelitian melalui analisis regresi berganda diperoleh bahwa nilai F adalah sebesar 7,465 dengan tingkat signifikansi 0,000. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan variabel kepercayaan, komitmen, komunikasi, dan pengelolaan konflik secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas karena tingkat signifikansi sebesar 0,000 ($< 0,05$). Selain itu hasil penelitian dalam analisis regresi berganda memperlihatkan masing-masing variabel Relationship Marketing mempunyai angka sebagai berikut : untuk variabel kepercayaan dan variabel komunikasi yaitu 0,334 dan 0,560. Sementara untuk variabel komitmen dan variabel pengelolaan konflik yaitu 0,92 dan 0,192. Maka hasil tersebut menyatakan variabel kepercayaan dan variabel komunikasi berpengaruh positif terhadap loyalitas sebaliknya variabel komitmen dan variabel pengelolaan konflik berpengaruh negatif. Sementara hasil penelitian melalui uji parsial diperoleh variabel komunikasi memiliki angka yang paling signifikan sebesar 0,001. Hal ini menggambarkan bahwa variabel

komunikasi paling dominan dalam mempengaruhi loyalitas mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

Kata Kunci : relationship marketing, loyalitas konsumen

06311231-FAJAR ARISANTI P.

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN JASA RUMAH SAKIT UMUM DAERAH SLEMAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN ; Pembimbing : SUNARDJI DAROMI, DRS.,MM

Abstrak : Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh kepuasan konsumen pada kualitas jasa yang diberikan oleh rumah sakit terutama pada umum. Tulisan ini akan mengungkap hubungan atau pengaruh antara dimensi kualitas jasa dengan tingkat kepuasan konsumen. Hasil penelitian menemukan bahwa variabel-variabel yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati berpengaruh besar terhadap kepuasan konsumen. Adapun pengaruh terbesar diberikan oleh variabel assurance atau jaminan, sehingga untuk perbaikan kualitas jasa pada rumah sakit, akan lebih diperlukan perbaikan-perbaikan atau pengembangan yang berkaitan dengan variabel tersebut supaya konsumen akan merasa puas.

06311232-DEWI PURNAMA SARI

PEMIMPIN FAVORIT YANG TEGAS (STUDI KASUS BMTDHUafa BERINGHARJO, BMT KARISMA) ; Pembimbing : TRIAS SETIAWATI, DRA., M.SI

Abstrak : Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hambatan dan tantangan karir dari kepemimpinan direktur BMT Bina Dhuafa Beringharjo dan direktur BMT Karisma Magelang. Informasi yang diperoleh dari hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan masukan bagi pemimpin BMT Bina Dhuafa Beringharjo dan BMT Karisma Magelang. Data penelitian ini merupakan data yang bersifat skematik, narasi, dan uraian juga penjelasan data dari informan baik lisan maupun data tertulis. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam, pengamatan langsung atau observasi dan studi atau kajian dokumentasi. Untuk mengetahui keabsahan data digunakan uji kredibilitas data atau kepercayaan terhadap data hasil penelitian kualitatif dilakukan dengan triangulasi dan member check.

Dari hasil penelitian yang dilakukan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut: (1) Dengan sifat the mother membuat Ibu Rambe dan Ibu Ririn dapat menjalin hubungan yang baik dengan para karyawannya. (2) Sifat the pet yang ditunjukkan oleh Ibu Rambe dan Ibu Ririn adalah dengan memberi keteladanan yang diberikan, menjadi panutan bagi para karyawan dan selalu mendorong karyawan untuk lebih berprestasi. (3) Sifat the sex object Ibu Rambe dan Ibu Ririn ditunjukkan dengan kemampuan mereka untuk memotivasi para karyawannya. (4) Pemimpin wanita sebagai the iron maiden Ibu Rambe dan Ibu Ririn mampu bersikap tegas. (5) Dalam perjalanan karier kedua pemimpin wanita ini yaitu Ibu Rambe dan Ibu Ririn tidak mengalami marginalisasi dalam kehidupannya, baik dalam kehidupan keluarga maupun dalam perjalanan karir mereka. (6) Kedua objek penelitian tidak mengalami kekerasan dalam kehidupannya, baik secara fisik, psikis maupun mental. (7) Baik Ibu Rambe maupun Ibu Ririn sama-sama mengalami beban ganda dalam kehidupan rumah tangganya.

Kata kunci: kepemimpinan perempuan, ketidakadilan gender, baitul maal wattamwil

06311257-RIVQY ABDUL HAKIM

PENGARUH HEDONIC PRODUCT, BRAND LOVE, DAN SELF-EXPRESSIVE BRAND PADA KOMUNIKASI WORD-OF-MOUTH POSITIF DAN BRAND LOYALTY (STUDI PADA KONSUMEN BLACKBERRY YOGYAKARTA) ; Pembimbing : AL HASIN.,DRS.,MBA

Abstrak : Penelitian ini berjudul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Brand Love dan Pengaruh Brand Love pada Komunikasi Word-of-Mouth Positif dan Brand Loyalty” menggunakan referensi artikel “Some Antecedents and Outcomes of Brand Love” yang ditulis oleh Carroll dan Ahuvia (2006). Penelitian ini menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi brand love yaitu hedonic product dan self-expressive brand dan pengaruh brand love pada komunikasi word-of-mouth positif dan brand loyalty.

Penelitian diadakan di lokasi-lokasi strategis tempat berkumpulnya mahasiswa di Kabupaten Sleman Yogyakarta, Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh (negatif ataupun positif) dari variabel-variabel independen pada variabel dependen secara signifikan. Seperti menganalisis pengaruh brand love pada brand loyalty dan word-of-mouth positif; pengaruh hedonic product pada brand love dan brand loyalty; pengaruh self-expressive brand pada brand love dan word-of-mouth positif.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Metode kualitatif digunakan terkait dengan uraian dari hasil-hasil penelitian yang diperoleh dari daftar pernyataan dengan didukung teori-teori kemudian disusun dalam bentuk tabel modulasi dan diikhtisarkan. Metode kuantitatif digunakan untuk menguji apakah terdapat pengaruh yang signifikan antar komponen variabel brand love, hedonic product, dan self-expressive brand pada komunikasi word-of-mouth positif dan brand loyalty. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan software SPSS for Windows 17.0.

Hasil yang diperoleh dari penelitian mendapat temuan mendukung hipotesis bahwa brand love berpengaruh positif pada brand loyalty, dan juga pada +WOM. Kemudian hedonic product berpengaruh positif pada brand love, akan tetapi hedonic product berpengaruh negatif pada brand loyalty. Temuan selanjutnya, self-expressive brand berpengaruh positif pada +WOM dan brand love.

Kata kunci : Brand Love, Word-of-Mouth Positif, Brand Loyalty

06311261-AIDIL HAFIED AKHMAD

ANALISIS PENGARUH PELATIHAN TERHADAP KINERJA KARYAWAN PT.GRIYA KRIYASTA NUGRAHA YOGYAKARTA ; Pembimbing : TRIAS SETIAWATI, DRA., M.SI

Abstrak : Skripsi ini berjudul ‘analisis pengaruh pelatihan terhadap kinerja karyawan di PT. Griya Kriyasta Nugraha Yogyakarta’ (PT.GKNY) penelitian ini bertujuan (1) untuk mengetahui pengaruh pelatihan on the job dan off the job terhadap kinerja karyawan di PT.GKNY, (2) variabel manakah yang paling berpengaruh terhadap kinerja karyawan di PT.GKNY. penelitian ini menggunakan data primer dengan 100 responden yang menjawab menggunakan kuesioner. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Model analisis ini menggunakan regresi, uji F, uji t, dan asumsi klasik Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa variabel pelatihan on the job training (X1) dan pelatihan off the job training (X2) berpengaruh terhadap kinerja karyawan. hal ini berarti bahwa jika pelatihan on the job dan pelatihan off the job mengalami peningkatan, maka kinerja karyawan PT.GKNY juga akan mengalami peningkatan, nilai koefisien beta variabel pelatihan on the job training (X1) yang paling besar di bandingkan nilai koefisien beta variabel pelatihan off the job (X2), sehingga pelatihan on the

job yang paling dominan dalam mempengaruhi kinerja karyawan PT.GKNY, nilai R2 (koefisien determinasi) sebesar 0,701 artinya variabel dependen (Y) dalam model yaitu kinerja karyawan PT.GKNY di jelaskan oleh variabel independen (X) yaitu pelatihan on the job training (X1) dan pelatihan off the job training (X2) sebesar 70,1 persen, sedangkan sisanya sebesar 29,9 persen di jelaskan oleh variabel lain di luar model. Hasil penelitian ini akan berguna bagi PT.GKNY dalam mengambil kebijakan yang berhubungan dengan sumber daya manusia.

Kata kunci : Pelatihan On the job training, off the job training, kinerja karyawan

06311265-NURRIYAH ALFI YANTI

ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN BERDASAR ATRIBUT PRODUK DAN PENGARUHNYA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN SHAMPO DOVE HAIRTHERAPY DI YOGYAKARTA ;

Pembimbing : SUWARSONO.,DRS.,MA

Abstrak : Penelitian dengan judul "Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Berdasar Atribut Produk dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Shampo Dove airttherapy di Yogyakarta" ini bertujuan untuk menjelaskan tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk Shampo Dove Hairterapy berdasar atribut produk dan untuk menjelaskan hubungan antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan produk Shampo Dove Hairterapy Di Yogyakarta.

Ada delapan Variabel yang dihubungkan dalam penelitian yaitu Variabel Kemasan, Variabel Harga, Variabel Kualitas, Variabel Aroma, Variabel Kemudahan, Variabel Fungsional, Variabel Emosional, dan Variabel Loyalitas Konsumen.

Data penelitian diperoleh dengan cara menyebarkan angket serta wawancara yang dilakukan selama bulan Oktober 2010. Adapun populasi penelitian ini adalah responden yang menggunakan Shampo Dove Hairterapy Di Yogyakarta yang memiliki kriteria tertentu yaitu konsumen yang pernah menggunakan atau sedang menggunakan Shampo Dove Hairterapy lebih dari satu tahun pemakaian. Angket dibagikan kepada 96 responden secara accidental sampling yaitu responden yang kebetulan ada, dalam arti siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel apabila orang tersebut sesuai dengan sumber data. Alat analisis yang digunakan adalah analisis Regresi Linier Berganda.

Dari hasil pengujian analisis Regresi Linier Berganda, terbukti secara keseluruhan kepuasan dan loyalitas konsumen terhadap Shampo Dove Hairterapy adalah memuaskan. Penilaian tertinggi pada dimensi kepuasan terjadi pada atribut fungsional, selanjutnya diikuti oleh atribut kemudahan, atribut kualitas, atribut emosional, atribut kemasan, atribut rasa, dan terakhir adalah atribut harga.

Sehingga variabel kepuasan sangat berpengaruh signifikan positif terhadap loyalitas konsumen.

Kata kunci : Kepuasan, Atribut, Fungsional, dan Loyalitas.

06311332-WAHYU LANI AGUSTINA

PENGARUH BRAND EQUITY TAMAN LAUT BUNAKEN TERHADAP CALON WISATAWAN UNTUK BERKUNJUNG (STUDI KASUS MAHASISWA UII YK) ; **Pembimbing : SUMADI, DRS., M.SI**

Abstrak : Skripsi ini berjudul "Pengaruh Brand Equity Taman Laut Bunaken terhadap calon wisatawan untuk berkunjung". Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa UII Yogyakarta. Tujuan penelitian ini untuk

mengetahui besarnya pengaruh variabel ekuitas merek terhadap minat berkunjung dan untuk mengetahui variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi minat berkunjung calon wisatawan. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang bersumber dari kuesioner yang dibagikan kepada responden. Pengambilan sampel dengan menggunakan teknik purposive sampling, yaitu sampling dimana pengambilan elemen-elemen yang dimasukkan dalam sampel dilakukan dengan sengaja, dengan catatan bahwa sampel tersebut mewakili populasi. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden.

Variabel penelitian adalah variabel ekuitas merek yang meliputi persepsi kualitas, kesadaran merek, asosiasi merek, dan loyalitas merek sebagai variabel independen dan minat berkunjung sebagai variabel dependen. Metode pengolahan data dan analisis menggunakan analisis regresi berganda, analisis korelasi berganda dan determinasi berganda serta analisis korelasi parsial dan determinasi parsial. Pengujian hipotesis menggunakan uji F dan uji t dengan taraf signifikansi 5%.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa melalui hasil uji secara simultan atau uji F maupun uji secara parsial atau uji t membuktikan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara variabel ekuitas merek terhadap minat berkunjung calon wisatawan. Dari hasil analisis koefisien determinasi parsial dapat diketahui bahwa variabel kesadaran merek memberikan pengaruh yang dominan terhadap minat berkunjung.

Kata kunci: Ekuitas Merek, Minat Berkunjung.

06311341-AKBAR KUSUMOWIBOWO

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA TOKO ROTI DAN KATERING ASLI DI YOGYAKARTA ; Pembimbing : SUWARSONO.,DRS.,MA

Abstrak : Penelitian ini berjudul “ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA TOKO ROTI DAN KATERING ASLI DI YOGYAKARTA”. Yang bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Toko Roti dan Katering ASLI, kemudian untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Toko Roti dan Katering ASLI, selanjutnya untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan Toko Roti dan Katering ASLI. Penelitian ini mengambil sampel para konsumen Toko Roti dan Katering ASLI di Kota Yogyakarta, dengan menggunakan teknik convenience sampling. Pengujian dilakukan dengan menggunakan program SPSS for windows release 13.00 yaitu dengan metode uji regresi linear, uji t, uji f, koefisien determinasi, analisis korelasi berganda dan korelasi parsial. Penelitian ini melibatkan 96 responden dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Toko Roti dan Katering ASLI. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Toko Roti dan Katering ASLI, selain itu penelitian ini juga menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan yang diinteraksikan Dengan kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen Toko Roti dan Katering ASLI. Kata kunci: Kualitas karyawan, Kepuasan, Loyalitas

06311361-KHARISMA SENDA A.**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI FREKUENSI BELI KONSUMEN PADA SUPERMARKET PAMELA VI YOGYAKARTA ; Pembimbing : MURWANTO SIGIT, DRS., MBA.**

Abstrak : Setiap manusia selalu berusaha memenuhi keinginan dan kebutuhan hidup dengan sebaik-baiknya. Usaha pemenuhan kebutuhan dan keinginan tersebut akan menyebabkan penawaran barang semakin kompleks baik dari segi macam maupun jumlahnya. Keadaan tersebut berdampak positif bagi dunia eceran yang ada di Indonesia mulai dari pertokoan sampai supermarket. Sekarang banyak pertokoan yang merubah tokonya menjadi sepermaket dengan tujuan agar memudahkan masyarakat dalam pemenuhan kebutuhan pokok sehari-hari secara praktis.

Di Yogyakarta sudah banyak terdapat beberapa supermarket diantaranya Supermaret Matahari, Supermaret Hero, Supermaret Super Ekonomi, Supermaret Ramai, Mirota Kampus, termasuk supermarket Pamela VI dan masih banyak yang lainnya. Dengan munculnya berbagai supermarket ini menyebabkan persaingan antara supermarket yang lainnya semakin ketat sehingga mendorong setiap supermarket untuk berusaha meningkatkan kualitas strategi mixnya untuk menjangkau luas permintaan pasar.

Marketing mix merupakan kombinasi variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran dimana variabel dapat dikendalikan oleh perusahaan untuk mempengaruhi reaksi para pembeli atau konsumen. Variabel marketing mix terdiri dari strategi produk, strategi harga, penyaluran atau distribusi dan promosi. Teknik sampling yang digunakan adalah purposive sampling yaitu penelitian hanya ditujukan kepada konsumen yang berbelanja di supermarket Pamela VI. Sampel yang purposive adalah sampel yang dipilih dengan cermat sehingga relevan dengan rancangan penelitian. Peneliti akan berusaha agar dalam sampel terdapat wakil-wakil segala lapisan populasi yang sesuai dengan tujuan penelitian.

Kata kunci: marketing mix, purposive sampling, Supermarket Pamela VI

06311396-HABIB UTOMO**ANALISIS PENGARUH "SHARED VALUE", "COMMUNICATION", DAN "OPPORTUNISTIC BEHAVIOUR" TERHADAP KEPERCAYAAN PENGGUNA "ONLINE SHOPPING" DI KOTA YOGYAKARTA ; Pembimbing : SUWARSONO MUHAMMAD, DRS., MA**

Abstrak : Skripsi ini berjudul "Analisis Pengaruh Shared Value, Communication, dan Opportunistic Behaviour Terhadap Kepercayaan Pengguna Online Shopping di Kota Yogyakarta". Tujuan penelitian ini adalah untuk menunjukkan bukti empiris bahwa Shared Value, Communication, dan Opportunistic Behaviour mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepercayaan pengguna online shopping di kota Yogyakarta. Penelitian ini menghubungkan bagaimana aktifitas pemasaran mempengaruhi kepercayaan pengguna online shopping.

Sampel yang digunakan 100 responden. Variabel yang digunakan dalam penelitian meliputi Shared Value, Communication, Opportunistic Behaviour, dan Trust. Metode pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan tehnik analisis deskriptif dan statistik meliputi analisis regresi berganda. Pengujian hipotesis dengan uji secara serentak atau uji F. pengujian hipotesis dengan uji parsial atau uji t dan analisis koefisien determinasi berganda. Dari hasil analisis data yang sudah dilakukan, maka diperoleh kesimpulan bahwa Shared Value, Communication, dan Opportunistic Behaviour mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepercayaan pengguna Online Shopping.

07311002-PUSPITA MAYASARI***PENGARUH ASOSIASI MEREK MOBIL TERHADAP TANGGAPAN KONSUMEN POTENSIAL ;*****Pembimbing : SUMADI, DRS., M.SI**

Abstrak : Penelitian ini mengangkat judul "Pengaruh Asosiasi Merek Mobil Terhadap Tanggapan Konsumen Potensial". Ada tiga merek mobil yang diteliti, yaitu Honda Jazz, Toyota Yaris, dan Suzuki Swift. Penelitian ini membahas mengenai kesamaan dan perbedaan posisi atribut-atribut asosiasi merek mobil, serta pengaruh asosiasi ketiga merek mobil terhadap tanggapan konsumen potensial. Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah konsumen potensial yang mengetahui dan memahami ketiga merek mobil tersebut. Metode pengambilan sample adalah Convenien Sampling dengan jumlah sample 96 orang. Adapun variable asosiasi merek yang digunakan adalah produk, harga, distribusi, promosi, dan kualitas jasa. Penulis memiliki hipotesis bahwa variable-variabel tersebut adalah variabel-variabel yang memiliki pengaruh terhadap tanggapan konsumen potensial. Untuk membuktikan hipotesis tersebut, maka peneliti mempergunakan alat analisis, yaitu Regresi Linier Berganda dan uji Cochran. Hasil analisis Cochran dapat diketahui bahwa terjadi kesamaan asosiasi merek pada mobil Honda jazz, Toyota Yaris, dan Suzuki Swift, yaitu terjadi pada atribut kepercayaan merek, tersedia kredit, tersedia dealer dan pelayana bengkel. Honda jazz dianggap mobil paling unggul dibandingkan dua merek mobil lainnya, Karena Honda Jazz mamiliki 15 atribut asosiasi merek, sedangkan Toyota Yaris 11 atribut asosiasi merek, dan suzuki swift memiliki 13 atribut asosiasi merek. Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa asosiasi merek yang terdiri dari variabel produk, harga, promosi, distribusi dan kualitas jasa terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap tanggapan konsumen potensial baik pada Honda Jazz. Sedangkan pengaruh asosiasi merek terhadap Toyota Yaris terhadap tanggapan konsumen potensial secara signifikan terjadi pada variabel produk, harga, distribusi dan kualitas jasa. Sementara pengaruh pengaruh asosiasi merek terhadap Suzuki Swift terhadap tanggapan konsumen potensial secara signifikan terjadi pada variabel produk, harga, distribusi dan promosi. Hasil koefisien regresi untuk variabel produk tertinggi adalah Toyota Yaris, variable harga tertinggi adalah Suzuki Swift, variabel distribusi tertinggi adalah Toyota Yaris, variabel promosi tertinggi adalah Suzuki Swift, sedangkan variabel kualitas jasa tertinggi adalah Toyota Yaris. Pengujian koefisien regresi secara parsial, Honda Jazz memiliki kodisi lebih baik, sebab dari kelima variable signifikan pada derajat 5%. Sedangkan dua merek yang lain ada yang tidak signifikan, yaitu promosi pada Toyota Yaris dan kualitas jasa pada Suzuki Swift.

Kata kunci : Asosiasi Merek, Tanggapan Konsumen Potensial.

07311040-IRFAN FADHILLA***ANALISIS PENGARUH KREDIBILITAS SELEBRITI ATLET (ADE RAI) TERHADAP MINAT BELI******KONSUMEN PADA IKLAN KUKU BIMA ENER-G ; Pembimbing : BUDI ASTUTI, DRA., M.SI***

Abstrak : Salah satu langkah yang bisa ditempuh oleh perusahaan dalam mengkomunikasikan perbedaan produknya dalam rangka membentuk posisi dalam benak konsumen adalah dengan cara pengiklanan. Pengiklanan merupakan bentuk promosi yang bertujuan dan mempunyai pengaruh terhadap konsumen secara global. Namun, disisi lain iklan membutuhkan dana yang tidak sedikit. Sehubungan dengan hal tersebut diatas, maka penulis mengadakan penelitian tentang penggunaan selebritis dalam sebuah iklan dan pengaruhnya terhadap minat beli konsumen pada p roduk Kuku Bima Ener-G. Adapun variabel -variabel yang dimasukkan dalam penelitian ini adalah variabel kepercayaan selebriti, daya tarik selebriti, dan keahlian selebriti. Penulis memiliki beberapa hipotesis

bahwa variabel -variabel tersebut adalah variabel -variabel yang memiliki pengaruh terhadap minat beli konsumen. Untuk membuktikan hipotesis tersebut, maka peneliti menggunakan berbagai analisa baik deskriptif maupun analisa statistik, diantaranya uji regresi linier berganda, uji F, koefisien determinasi, uji t, uji koefisien determinasi parsial, dan uji asumsi klasik. Dari regresi berganda didapat nilai -nilai koefisien positif yang artinya variabel -variabel penelitian mempengaruhi secara positif terhadap minat beli konsumen pada produk Kuku Bima Ener-G. Hasil uji F mengatakan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya bahwa variabel kepercayaan selebriti endorser, keahlian selebriti endorser, daya tarik selebriti endorser, secara bersama-sama mempengaruhi minat beli pada produk Kuku Bima Ener-G, hal ini terlihat dari nilai koefisien sebesar 0,000 yang berada dibawah 0,05 yang merupakan nilai level of signifikansi yang ditentukan dalam penelitian ini. Dari angka koefisien determinasi sebesar 0,425 yang berarti bahwa hanya 42,5% variabel independen dalam penelitian ini berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen yaitu minat beli. Uji F mengatakan bahwa variabel bebas yaitu variabel kepercayaan selebriti endorser, keahlian selebriti endorser, dan daya tarik selebriti endorser mempengaruhi variabel minat beli secara parsial. Dan variabel bebas yang memiliki pengaruh positif paling besar terhadap variabel minat beli adalah variabel daya tarik selebriti. Untuk selanjutnya secara lebih terperinci hasil penelitian ini dibahas didalam bab-bab pada skripsi ini.

07311046-PUTRI ANINDYA JATI

PENGARUH ROA, ROE, DAN EPS TERHADAP HARGA SAHAM PERUSAHAAN LQ-45 PADA BURSA EFEK INDONESIA (BEI) ; Pembimbing : NURFAUZIAH, DRA., MM

Abstrak : Skripsi ini meneliti mengenai Pengaruh Return On Assets (ROA), Return On Equity (ROE) dan Earning Per Share (EPS) terhadap Return Saham Perusahaan LQ-45 pada Bursa Efek Indonesia 2007-2009. Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh positif ROA, ROE dan EPS terhadap return saham perusahaan LQ45 baik secara simultan maupun secara parsial. Sampel pada penelitian ini terdiri dari 34 perusahaan LQ45 dalam periode 2007-2009. Dari hasil analisis diketahui bahwa secara simultan ROA, ROE dan EPS memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap return saham. Tetapi secara parsial semua variabel ROA, ROE dan EPS tidak memiliki pengaruh positif terhadap return saham.. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel ROA, ROE dan EPS tidak dapat digunakan untuk menganalisis maupun menghitung return saham. Sebagian besar investor melakukan transaksi saham pada perusahaan yang termasuk dalam kategori LQ45 di Bursa Efek Indonesia selama periode 2007-2009 hanya memperhatikan besarnya keuntungan yang dapat dihasilkan dari perubahan setiap unit saham.

Kata Kunci: Return On Assets (ROA), Return On Equity (ROE), Earning Per Share (EPS), Harga Saham dan Return Saham.

07311048-ADISTA RESTI H.

ANALISIS PENGARUH KREDIBILITAS CELEBRITY ENDORSER (AGNES MONICA) DAN NON CELEBRITY ENDORSER (ANGGITO ABIMANYU) TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA IKLAN TOLAK ANGIN SIDO MUNCUL ; Pembimbing : SUMADI, DRS., M.SI

Abstrak : Salah satu langkah yang bisa di tempuh oleh perusahaan dalam mengkomunikasikan perbedaan produknya dalam rangka membentuk posisi dalam benak konsumen adalah dengan cara pengiklanan.

Pengiklanan merupakan bentuk promosi yang bertujuan dan mempunyai pengaruh terhadap konsumen secara global. Namun, di sisi lain iklan membutuhkan dana yang tidak sedikit.

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui perbedaan kredibilitas antara celebrity endorser dan non celebrity endoser, mengetahui pengaruh variable kredibilitas celebrity endorser dan non celebrity endoser (keahlian, kepercayaan, dan daya tarik), serta mengetahui variable yang paling dominant pengaruhnya terhadap minat beli produk Tolak Angin Sido Muncul oleh konsumen. Penulis memiliki beberapa hipotesis bahwa variabel -variabel tersebut adalah variabel -variabel yang memiliki pengaruh terhadap minat beli konsumen.

Dalam penelitian ini menggunakan data primer dengan memakai teknik convenience sampling dengan responden sebanyak 100 responden yang pernah melihat iklan Tolak Angin Sido Muncul di televisi. Untuk membuktikan hipotesis tersebut, peneliti menggunakan berbagai analisa baik deskriptif maupun analisa statistik diantaranya uji peringkat bertanda wilcoxon, regresi linear berganda, determinasi berganda, determinasi parsial dan uji asumsi klasik yang terdiri dari multikolonieritas, heteroskedastisitas, normalitas data dan uji linearitas. Pengujian hipotesis menggunakan uji t dan uji F dengan taraf signifikansi 5%.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan antara kredibilitas celebrity endorser dan non celebrity endoser, serta diketahui bahwa celebrity endorser memiliki kredibilitas lebih dibanding non celebrity endoser. Semua variabel kredibilitas celebrity endorser yang terdiri atas keahlian (expertise), kepercayaan (trustworthiness), dan daya tarik (attractiveness) berpengaruh signifikan positif terhadap minat beli konsumen (purchase intention). Begitu juga pada variable kredibilitas non celebrity endoser yang kesemuanya berpengaruh signifikan positif terhadap minat beli konsumen. Untuk selanjutnya secara lebih terperinci hasil penelitian ini di bahas didalam bab-bab pada skripsi ini.

Kata kunci: Kredibilitas endoser, Minat beli konsumen

07311050-BAZIEDY ADITYA D

EVALUASI PENGENDALIAN KUALITAS AIR MUNUM PADA DEPOT AIR MINUM ISI ULANG DI KABUPATEN SLEMAN YOGYAKARTA ; Pembimbing : MOCH NASITO, DRS, MM

Abstrak : Keterbatasan air yang disediakan oleh Pemerintah dan keadaan air yang bermasalah membuat masyarakat memilih untuk mengkonsumsi AMDK (Air Minum Dalam Kemasan). Namun, karena semakin mahalnya harga AMDK di pasaran, membuat masyarakat beralih untuk mengkonsumsi air minum dari DAMIU (Depot Air Minum Isi Ulang) yang harganya jauh lebih murah.

Meski lebih murah, tidak semua depo air minum isi ulang terjamin keamanan produknya. Ada beberapa temuan hasil penelitian bahwa banyak DAMIU di beberapa kota besar di Indonesia yang tidak sesuai dengan standar yang telah ditentukan dalam Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 907/Menkes/SK/VII/2002 tentang Syarat-Syarat dan Pengawasan Kualitas Air Minum. Apabila air minum tersebut dikonsumsi dalam jangka panjang, tentu akan menyebabkan gangguan kesehatan pada konsumen.

Masalah yang dibahas dalam penelitian ini adalah seberapa besar penyimpangan kualitas yang terjadi pada produk Depot Air Minum Isi Ulang di Kabupaten Sleman, dan Faktor-faktor apa sajakah yang mempengaruhi penyimpangan kualitas produk Depot Air Minum Isi Ulang di Kabupaten Sleman. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar penyimpangan kualitas yang terjadi air minum pada Depot Air Minum Isi Ulang di Kabupaten Sleman. Selain itu penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi penyimpangan kualitas produk Depot Air Minum Isi Ulang di Kabupaten Sleman.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Statistical Quality Control baik X-chart maupun Pchart, dan juga menggunakan metode Diagram Ishikawa. Penelitian ini menguji tiga variabel dan tiga atribut yang mempengaruhi penilaian kualitas air minum di Depot Air Minum Isi Ulang.

Hasil penelitian ini menyebutkan bahwa terdapat penyimpangan dalam pengawasan kualitas variabel tentang kandungan bakteri E-coli, pH, dan Fe (besi). Sedangkan untuk pengawasan kualitas atribut tentang kejernihan, bau, dan rasa, tidak terdapat penyimpangan. Penyimpangan kualitas yang terjadi disebabkan oleh air baku yang tidak pernah diuji, peralatan yang kurang baik, proses yang tidak sesuai prosedur, dan kualitas SDM yang kurang baik.

Kata kunci : Pengendalian, Kualitas, Depot, Air, Minum.

07311066-RINALDI KUSUMA R

ANALISIS PENGARUH SIKAP DAN NORMA SUBYEKTIF TERHADAP MINAT MELAKUKAN ONLINE SHOPPING PADA MAHASISWA DI YOGYAKARTA ; Pembimbing : BUDI ASTUTI, DRA., M.SI

Abstrak : Penelitian ini berjudul “Analisis Pengaruh Sikap dan Norma Subyektif terhadap Minat Melakukan Online Shopping pada Mahasiswa di Yogyakarta” dengan menggunakan metode Analisis Regresi Linear Berganda. Populasi dari penelitian ini adalah mahasiswa di Yogyakarta dengan mengambil 96 sampel. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh beberapa variabel bebas terhadap variabel terikat yang meliputi : 1). Pengaruh Variabel Perceived Usefulness terhadap Variabel Sikap, 2). Pengaruh Variabel Perceived Ease of Use terhadap Variabel Sikap, 3). Pengaruh Variabel Perceived Risk terhadap Variabel Sikap, 4). Pengaruh Variabel Local Retail Market Environment terhadap Variabel Sikap, 5). Pengaruh Variabel Sikap terhadap Variabel Minat, serta 6). Pengaruh Variabel Norma Subyektif terhadap Variabel Minat. Terdapat hubungan positif signifikan persepsi manfaat (perceived usefulness) terhadap sikap konsumen pada online shopping. Terdapat hubungan positif signifikan persepsi kemudahan penggunaan (perceived ease of use) terhadap sikap konsumen pada online shopping. Terdapat hubungan negatif signifikan persepsi risiko (perceived risk) terhadap sikap konsumen pada online shopping. Terdapat hubungan negatif signifikan kemudahan akses local retail market environment terhadap sikap konsumen pada online shopping. Terdapat pengaruh positif signifikan sikap konsumen terhadap minat pada online shopping. Terdapat pengaruh positif signifikan norma subyektif terhadap minat pada online shopping.

Keywords : sikap, norma subyektif, minat, online shopping

07311072-M. AKHSANURROHMAN

PENGARUH KREATIFITAS IKLAN (ADVERTISING CREATIVITY) TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK POCARI SWEAT DI TELEVISI DENGAN METODE HIERARCHY OF EFFECT (HOE) (STUDI PADA MAHASISWA FE UII) ; Pembimbing : ALBARI, DRS., M.SI

Abstrak : Skripsi ini berjudul “ Pengaruh Kreatifitas Iklan (Advertising Creativity) Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Pocari Sweat dengan Hierarchy Of Effect (HOE) (Studi pada Mahasiswa FE UII)”. Penelitian ini bertujuan Untuk (1) menetapkan pengaruh advertising creativity terhadap brand awareness.(2) Untuk menetapkan pengaruh brand awareness terhadap pencitraan klaim iklan advertising claims (3) Untuk menetapkan pengaruh advertising claims terhadap penerimaan pesan iklan Message Acceptance.(4) Untuk menetapkan pengaruh Message Acceptance terhadap kecintaan

terhadap merek Brand Liking.(5) Untuk menetapkan pengaruh Brand Liking terhadap minat beli Brand Intention. Populasi penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi UII dan menetapkan data primer dengan 96 responden yang menjawab kuesioner.

Metode pengolahan data adalah metode deskriptif dan metode statistik. Hal ini bertujuan agar penelitian yang dihasilkan lebih akurat, sehingga dapat dicari solusi yang tepat. Metode deskriptif dilakukan dengan menggunakan instrumen kuesioner, selanjutnya kuesioner diolah menggunakan bantuan komputer melalui program SPSS.

Sedangkan, metode pengujian statistik dilakukan dengan menggunakan uji regresi linear sederhana dan analisis regresi linear berganda, uji determinasi berganda, dan uji determinasi parsial, serta uji asumsi klasik yang terdiri dari multikolinieritas, heteroskedastisitas, uji normalitas data, dan uji linearitas. Pengujian hipotesis menggunakan uji T dan uji F dengan taraf signifikansi 5%.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa berdasarkan uji T dan uji F pada model kesatu ad divergence dan ad relevance berpengaruh positif terhadap brand awareness, sedangkan untuk uji asumsi klasik dari empat uji asumsi klasik empat (multikolinieritas, heterokedastisitas, normalitas, linearitas) memenuhi kriteria.

Sedangkan pada model kedua atau sederhana yang pertama menunjukkan brand awareness berpengaruh positif terhadap advertising claims, sedangkan untuk 3 uji asumsi klasik menunjukkan hanya satu yang memenuhi kriteria. Pada model sederhana yang kedua menunjukkan advertising claims berpengaruh positif terhadap message acceptance, sedangkan untuk 3 uji asumsi klasik (heterokedastisitas, normalitas, linearitas) menunjukkan hanya satu yang memenuhi kriteria. Pada model sederhana yang ketiga menunjukkan message acceptance berpengaruh positif terhadap brand liking , sedangkan untuk 3 uji asumsi klasik semuanya memenuhi kriteria. Pada model sederhana yang keempat menunjukkan brand liking berpengaruh positif terhadap brand intention, sedangkan untuk 3 uji asumsi klasik menunjukkan semuanya memenuhi kriteria uji.

Kata Kunci: ad divergence, ad relevance, brand awareness, learning advertising claims, message acceptance, brand liking, brand intention

07311073-ORYZA SATIVA RESWARI

PENGARUH PERILAKU ASERTIF TERHADAP STRESS KERJA PADA KARYAWAN PT.INDOTURBINE JAKARTA ; Pembimbing : SUHARTINI, DRA, M.SI

Abstrak : Penelitian ini berjudul Pengaruh Perilaku Asertif terhadap Stress Kerja pada Karyawan PT. Indoturbine, Jakarta. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap: (1) Pengaruh parsial dan simultan perilaku asertif verbal dan non verbal terhadap stress kerja di karyawan PT. Indoturbine Jakarta, (2) Mengetahui variabel mana yang lebih berpengaruh pada perilaku asertif terhadap stress kerja di karyawan PT. Indoturbine, Jakarta Populasi dalam penelitian ini adalah Karyawan PT. Indoturbine, Jakarta. Pengambilan sampel dilakukan secara menyeluruh yaitu sebanyak 50 Karyawan PT. Indoturbine, Jakarta. Data dikumpulkan dengan menggunakan angket. Uji validitas instrumen dilakukan dengan teknik korelasi product moment Pearson, sedangkan uji reliabilitas menggunakan Alpha Cronbach. Hasil penelitian menunjukan bahwa terdapat pengaruh secara simultan yang positif dan signifikan antara Perilaku Asertif (Kemampuan Verbal dan Kemampuan Non Verbal) terhadap Stress Kerja Karyawan PT. Indoturbine, Jakarta (Fhitung= 13,840, $p < 0,05$) dengan demikian hipotesis terbukti kebenarannya. Dari analisis uji t menunjukan bahwa terdapat pengaruh parsial variabel Asertif Kemampuan Verbal terhadap Stress kerja (thitung = 0,395, $p < 0,05$), selain itu hasil uji t juga

menunjukkan pengaruh parsial variabel Asertif Kemampuan Non Verbal terhadap Stress kerja (t hitung 0,371, $p < 0,05$). Berdasarkan hasil perhitungan koefisien korelasi menunjukkan Asertif Kemampuan Verbal mempunyai pengaruh yang dominan terhadap Stress Kerja ($r^2 = 0,177$), artinya Asertif Kemampuan Verbal memberikan pengaruh sebesar 17,7% terhadap Stress Kerja karyawan PT. Indoturbine, Jakarta.

Kesimpulan hasil dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh secara simultan kemampuan asertif terhadap stres kerja karyawan PT. Indoturbine Jakarta. Hal ini berarti semakin baik kemampuan karyawan dalam memenejemen stres kerja agar tidak merugikan dirinya dan lingkungan kerjanya. Terdapat pengaruh secara parsial kemampuan asertif yang terdiri dari kemampuan asertif verbal dan kemampuan asertif non verbal terhadap stres kerja karyawan PT. Indoturbine Jakarta. Kemampuan asertif verbal paling berpengaruh terhadap stres kerja karyawan PT. Indoturbine Jakarta. Hal ini berarti bahwa tinggi rendahnya stres kerja karyawan PT. Indoturbine Jakarta lebih ditentukan pada kemampuan perilaku asertif verbal karyawan.

Kata Kunci: Perilaku Asertif, Stress Kerja, Karyawan

07311075-MUH ARDHAN ZAINUDDIN

PENGARUH PELATIHAN TERHADAP KINERJA KARYAWAN GARDA DEPAN PT.ASELI DAGADU

DJOGJAKARTA. ; Pembimbing : SYFARUDDIN ALWI, DRS, MS

Abstrak : Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui : 1) pengaruh on the job training terhadap kinerja karyawan, 2) pengaruh off the job training terhadap kinerja karyawan, dan 3) pengaruh pelatihan yang terdiri dari on the job training dan off the job training terhadap kinerja karyawan garda depan PT. Dagadu Yogyakarta.

Penelitian dilakukan di PT. Dagadu Yogyakarta. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan garda depan PT. Dagadu Yogyakarta, sejumlah 60 karyawan. Dalam penelitian ini seluruh subyek penelitian akan dijadikan sampel penelitian, sehingga penelitian merupakan penelitian populasi. Model penelitian diuji asumsi klasik yang meliputi autokorelasi, multikolinieritas, dan heteroskedastisitas. Teknik analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa on the job training berpengaruh terhadap kinerja karyawan garda depan PT. Dagadu Yogyakarta, ditunjukkan dari nilai t -hitung sebesar 3,660 dengan p sebesar 0,001 ($p < 0,05$). Off the job training berpengaruh terhadap kinerja karyawan garda depan PT. Dagadu Yogyakarta, ditunjukkan dari nilai t -hitung sebesar 3,532 dengan p sebesar 0,001 ($p < 0,05$).

Pelatihan yang terdiri dari On the job training dan off the job training berpengaruh terhadap kinerja karyawan garda depan PT. Dagadu Yogyakarta, ditunjukkan dari nilai F sebesar 16,857 dengan p sebesar 0,000 ($p < 0,05$). on the job training dan Off the job training berpengaruh terhadap kinerja karyawan sebesar 41,3% terhadap kinerja karyawan. Adapun sisanya sebesar 58,7% dipengaruhi variabel-variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : On The Job Training, Off The Job Training, Kinerja Karyawan

07311080-SHEHERAZADE NINDRA R***PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KECAP ABC DI KABUPATEN SLEMAN ; Pembimbing : SUWARSONO MUHAMMAD, DRS., MA***

Abstrak : Didalam bidang pemasaran perilaku konsumen merupakan hal yang kompleks dan diperlukan berbagai cara yang tepat untuk menanganinya. Konsumen merupakan aset bagi perusahaan dan memberikan kepuasan kepada mereka menjadi suatu keharusan yang tidak bisa ditawar lagi. Informasi mengenai apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen menjadi sangat berarti bagi perusahaan. Penelitian dengan judul Analisis Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian Kecap ABC di Kabupaten Sleman bertujuan untuk menganalisis pengaruh kemasan, harga, kualitas, dan rasa terhadap keputusan pembelian pada produk Kecap ABC baik parsial maupun simultan. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah atau sedang menggunakan produk kecap ABC di Kabupaten Sleman. Sampel penelitian ini adalah 96 responden yang dianggap telah cukup mewakili populasi yang diteliti. Teknik penarikan sampel menggunakan "Convenience Sampling". Analisis data menggunakan uji regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan secara serentak variabel Kemasan (x1), Harga (x2), Kualitas (x3), dan Rasa (x4) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian akan meningkat pula. Sedangkan dari empat variabel yang paling dominan terhadap keputusan pembelian Kecap ABC di Kabupaten Sleman adalah variabel Kualitas. Persamaan regresi terbentuk $Y = 0,168 X_1 + 0,163 X_2 + 0,283 X_3 + 0,143 X_4$. Besarnya pengaruh keempat variabel tersebut terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 39,6% dan sisanya sebesar 60,4% dipengaruhi oleh atribut lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

07311082-CITRA NOVI QORIATI***PENGARUH MOTIVASI TERHADAP KINERJA PEGAWAI DENGAN VARIABEL MODERATING DISIPLIN DI FLORA YOGYAKARTA ; Pembimbing : TRIAS SETIAWATI, DRA., M.SI***

Abstrak : This research title was "Effect of Motivation on Employees Job Performance with Variables Moderating Discipline at Flora Yogyakarta". This research purposes are (1) to find the effect of motivation to the employees job performance at Flora Yogyakarta, (2) to find out the effect both of motivation and discipline to the employees performance, and (3) to find out the effect of motivation to the employees job performance with moderating variable discipline at Flora Yogyakarta. The data used in this research was primary data taken from 43 respondents answering questionnaires. The method used in this research was questionnaires. The analysis model used in this research was regression, F test, t-test, and classic test. The result of this research showed that variable motivation (X) affected the employees job performance. It was assumed that employees needed a good motivation to gain a great performance. Both motivation and discipline variables were affected employees job performance. The amount of the influence of motivation and discipline variables to the employees job performance could be seen in the increasing of Adjust R Square at 22 percent. It was assumed that both motivation and discipline affect employees job performance could increase 22 percent. Discipline independent variable and also as moderating variable (X X) were affected to the employees job performance. It was assumed that management of Flora Yogyakarta could combine both of motivation and discipline, the employees job performance would be able to increase. This research will be useful for the Flora Yogyakarta management regarding their policy making in managing human resources.
Keywords : Motivation, Discipline, Performance

07311114-BURHAN NUGROHO**ANALISIS EKUITAS MEREK TELEPON SELULER MEREK BLACKBERRY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DIKALANGAN MAHASISWA UII YOGYAKARTA ; Pembimbing : SUMADI, DRS, M.SI**

Abstrak : Blackberry adalah salah satu merek telepon seluler yang ada di pasaran yang terus berupaya meramaikan industry telepon seluler dan ingin tetap mempertahankan eksistensinya di masa yang akan datang. Menyadari pentingnya keputusan pembelian konsumen bagi pencapaian tujuan perusahaan, Blackberry terus memperkuat ekuitas mereknya. Salah satu konsumen potensial Blackberry adalah kalangan pelajar dan mahasiswa khususnya di kalangan mahasiswa UII yogyakarta. Perumusan masalah dalam penelitian ini sejauh mana pengaruh variabel-variabel ekuitas merek (brand awareness, brand association, perceived quality, dan brand loyalty) terhadap keputusan pembelian konsumen pada handphone merek Blackberry baik secara parsial maupun bersama-sama/simultan, serta variabel manakah yang paling mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap handphone merek Blackberry. Teori yang digunakan adalah manajemen pemasaran yang berkaitan dengan teori ekuitas merek, dan keputusan pembelian.

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Pendekatan penelitian yang dilakukan adalah dengan menggunakan kuesioner. Pengolahan data menggunakan perangkat lunak SPSS versi 11 dengan analisa deskriptif. Pengujian hipotesis menggunakan metode analisis regresi linier berganda, Uji F dan Uji t, dimaksud untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen pada tingkat kepercayaan 95% ($\alpha = 0,05$). Teknik pengumpulan data primer dengan daftar pertanyaan. Sampel dalam penelitian ini 100 responden yang terdiri dari 5 fakultas di UII Yogyakarta. Hasil penelitian menunjukkan dari uji serempak terdapat pengaruh yang signifikan antara ekuitas merek yang terdiri dari; kesadaran merek, asosiasi merek, kesan kualitas, dan loyalitas merek terhadap keputusan pembelian mahasiswa, besar kontribusi keempat variabel bebas tersebut adalah sebesar 47,8%, sedangkan sisanya 52,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian. Sedangkan pada uji parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara kesadaran merek, asosiasi merek, kesan kualitas, dan loyalitas merek terhadap keputusan pembelian mahasiswa. Variabel yang paling besar sumbangannya terhadap keputusan pembelian yaitu persepsi kualitas mempunyai nilai terbesar yaitu sebesar 0,120 (12%).

Kesimpulan dari penelitian ini adalah ekuitas merek (kesadaran merek, asosiasi merek, persepsi kualitas, dan loyalitas merek) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian mahasiswa, variabel persepsi kualitas mempunyai pengaruh yang paling besar sumbangannya terhadap keputusan pembelian mahasiswa.

Kata kunci : Ekuitas merek, dan Keputusan pembelian.

07311152-NANA HABIB MAULANA**PENGARUH KONFLIK PERAN TERHADAP PRESTASI KERJA KARYAWAN PT.INDOTURBINE JAKARTA; Pembimbing : SUHARTINI, DRA, M.SI**

Abstrak : Skripsi ini berjudul pengaruh konflik peran terhadap prestasi kerja karyawan PT. Indoturbine Jakarta, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh konflik peran terhadap prestasi kerja karyawan yang berada di PT. Indoturbine, dan konflik peran apa yang paling mempengaruhi prestasi kerja karyawan PT. Indoturbine Jakarta. Metode pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuisioner. Teknik penarikan sampel yang digunakan adalah total sampling atau sensus.

Alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda, Uji t dan Uji F. Dengan menggunakan analisis regresi berganda untuk menguji hipotesis didapatkan hasil bahwa secara simultan dan parsial terdapat pengaruh antara konflik peran terhadap prestasi kerja karyawan PT. Indoturbine Jakarta dan Konflik peran pribadi paling berpengaruh terhadap prestasi kerja karyawan. Hasil ini menunjukkan bahwa konflik peran yang terjadi pada karyawan PT. Indoturbine dapat mempengaruhi prestasi kerja karyawan, sehingga berdampak pada meningkatnya prestasi kerja karyawan yang dihasilkan.

Kata kunci: Konflik peran dan prestasi kerja

07311155-YUNI ASRI

ANALISIS PENGARUH KUALITAS JASA, KUALITAS PRODUK, DAN KEWAJARAN HARGA TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN BENGKEL MOBIL SUZUKI "SUMBER BARU MOBIL" YOGYAKARTA ; Pembimbing : ALBARI, DRS. , M.Si.

Abstrak : Skripsi ini mengangkat judul "Analisis Pengaruh Kualitas Jasa, Kualitas Produk, dan Kewajaran Harga Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Bengkel Resmi Sumber Baru Mobil Suzuki Yogyakarta". Secara garis besar membahas mengenai pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga yang diberikan Bengkel Resmi Sumber Baru Mobil Yogyakarta terhadap kepuasan dan loyalitas konsumennya. Selain itu juga akan diteliti faktor yang paling berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas konsumennya.

Dalam pengambilan sampelnya, penelitian ini menggunakan teknik convenience sampling yaitu setiap orang yang berada di bengkel resmi Sumber Baru Mobil dan telah mengalami pengalaman dengan produk dan pelayanan bengkel resmi tersebut memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel. Sampel yang digunakan sebanyak 96 responden. Teknik pengumpulan data adalah dengan kuisioner.

Variabel penelitiannya adalah Kualitas Jasa, Kualitas Produk dan Kewajaran Harga sebagai variabel bebas atas Kepuasan dan Loyalitas konsumen. Serta, kepuasan konsumen yang menjadi variabel bebas bagi loyalitas konsumen.

Metode pengolahan data dan analisis menggunakan analisis regresi berganda, analisis determinasi berganda dan analisis determinasi parsial serta uji asumsi klasik yang terdiri dari multikolinieritas, autokorelasi, heterokedastisitas, dan uji normalitas data. Uji ini digunakan agar model regresi yang dihasilkan tidak bias. Pengujian hipotesis menggunakan uji F dan uji T dengan taraf Sig 5%. Sedangkan untuk mengukur validitas dan reliabilitas alat ukur yang mana dalam penelitian ini menggunakan kuisioner, maka rumus Product Moment dan Cronbach Alpha menjadi pilihan. Dan selanjutnya untuk menguji hasil penelitian menggunakan alat bantu, yaitu SPSS for Windows Release 12.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, faktor kualitas jasa yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan kualitas produk dan kewajaran harga memberikan pengaruh terhadap loyalitas konsumen, akan tetapi kualitas produk menjadi faktor yang paling berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Secara simultan, kepuasan konsumen tidak dapat menjadi variabel perantara (intervening variable) dari kualitas jasa, kualitas produk, dan kewajaran harga lalu ke loyalitas konsumen. Akan tetapi, secara parsial kepuasan konsumen dapat menjadi variabel perantara untuk variabel kualitas jasa dan kualitas produk lalu ke loyalitas konsumen, tetapi tidak dapat menjadi variabel perantara untuk variabel price lalu ke loyalitas konsumen.

Keyword: kualitas jasa, kualitas produk, kewajaran harga, kepuasan konsumen, loyalitas konsumen

0731163-FITRIA SHILUETTA*PENGARUH KOMPENSASI TERHADAP KINERJA KARYAWAN PT.INDOTURBINE JAKARTA ;***Pembimbing : SUHARTINI, DRA, M.SI**

Abstrak : Skripsi ini berjudul pengaruh kompensasi terhadap kinerja karyawan PT. Indoturbine Jakarta, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kompensasi terhadap kinerja karyawan yang berada di PT. Indoturbine, dan kompensasi apa yang paling mempengaruhi kinerja karyawan PT. Indoturbine Jakarta. Metode pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuisisioner. Teknik penarikan sampel yang digunakan adalah total sampling atau sensus. Alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda, Uji t dan Uji F.

Dengan menggunakan analisis regresi berganda untuk menguji hipotesis didapatkan hasil bahwa secara simultan dan parsial terdapat pengaruh antara kompensasi terhadap kinerja karyawan PT. Indoturbine Jakarta dan Kompensasi finansial langsung paling berpengaruh terhadap kinerja karyawan. Hasil ini menunjukkan bahwa kompensasi yang diberikan oleh PT. Indoturbine terhadap para karyawan dapat mempengaruhi kinerja karyawan, sehingga berdampak pada meningkatnya kinerja karyawan yang dihasilkan.

Kata kunci: Kompensasi dan kinerja

0731170-EDRIAN TEMAJA W*EVALUASI PENGAWASAN KUALITAS PRODUK PADA PT.ASELI DAGADU DJOKDJA ; Pembimbing :***MOCH. NASITO, DRS., MM**

Abstrak : Skripsi ini berjudul "Evaluasi Pengawasan Kualitas Produk Pada PT. Aseli Dagadu Djokdja di Yogyakarta". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah pengawasan kualitas yang dilakukan perusahaan tersebut telah baik atau tidak dan juga untuk mengetahui seberapa besar penyimpangan kualitas yang terjadi pada perusahaan tersebut.

Pengawasan kualitas adalah alat bagi manajemen untuk memperbaiki dan mempertahankan kualitas produk yang dihasilkannya dan tujuan dari pengawasan adalah agar barang yang dihasilkan sesuai dengan standar yang telah ditetapkan perusahaan sehingga apabila barang yang dihasilkan berkualitas maka citra perusahaan semakin bagus.

Penelitian yang dilakukan terhadap perusahaan "PT. Aseli Dagadu Djokdja" mengambil populasi produk Kaos Oblong, Polo Shirt dan Sweeter dengan pengambilan sampel selama 30 hari sebanyak 100 lembar tiap produknya. Metode yang digunakan untuk menganalisis permasalahan yang terjadi adalah Control Chart, sehingga dapat diketahui proporsi dan tingkat kerusakan yang terjadi. Metode Control Chart yang digunakan adalah P Chart untuk mengukur atribut produk seperti jahitan, sablon dan noda. Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa ternyata masih banyak terdapat produk-produk yang tidak sesuai standar yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Hal ini disebabkan oleh kurangnya ketelitian karyawan dan keterampilan karyawan dalam proses produksi serta kualitas bahan baku yang kurang baik dan kondisi mesin rusak yang dapat berpengaruh pada kualitas produk yang dihasilkan.

07311175-TEGARA

ANALISIS PENGAWASAN KUALITAS PRODUK LILIN HIAS PADA GALERI "PENSIL TERBANG" DI YOGYAKARTA ; Pembimbing : MOCH. NASITO, DRS., MM.

Abstrak : Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pengawasan produk terhadap tingkat kerusakan dalam proses produksi pada perusahaan, yaitu Galeri "Pensil Terbang" di Yogyakarta dan untuk mengetahui faktor - faktor yang menjadi penyebab terjadinya kerusakan produksi.

Penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan data yang berkaitan dengan proses produksi seperti: bahan dan alat yang dipergunakan, jumlah produk yang dihasilkan, jenis-jenis produk yang dihasilkan, standar kualitas bagi produk yang dihasilkan dan jumlah produk rusak tiap kali berproduksi.

Metode yang digunakan dalam menganalisis data dengan menggunakan metode Control Chart dan diagram ishikawa. Dari metode control chart tersebut dapat diketahui proporsi kerusakan yang dialami pada saat proses produksi, sedangkan diagram ishikawa digunakan untuk mengetahui sebab akibat terjadinya kerusakan pada saat proses produksi.

Hasil dari penelitian ini adalah pengawasan kualitas produksi dalam setiap proses produksi pada Galeri "Pensil Terbang" di Yogyakarta sangat baik. Prosentase kerusakan setiap proses produksi baik itu untuk produk lilin hias masih dibawah toleransi kerusakan yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Faktor - faktor yang menjadi penyebab terjadinya kerusakan adalah SDM, Lingkungan, Mesin, Bahan baku, Metode kerja, sedangkan penyebab kerusakan yang sering terjadi pada proses pelepasan dari cetakan.

Kata kunci : Metode Control Chart, Diagram Ishikawa, Proses Produksi.

07311177-BRAM ADAM YASIN

ANALISIS PENGAWASAN KUALITAS PRODUK KERAJINAN PADA CV.RYAN'S GROUP YOGYAKARTA. ; Pembimbing : MOCH. NASITO, DRS., MM

Abstrak : Pengawasan Kualitas merupakan suatu aktivitas untuk menjaga dan mengarahkan agar kualitas produk perusahaan dapat dipertahankan sebagaimana yang telah direncanakan. Pengawasan Kualitas ini dilakukan sebagai upaya menaikkan citra perusahaan dan menjaga kepercayaan konsumen terhadap suatu produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Hal ini disebabkan karena masyarakat mulai sadar akan nilai mata uang yang dibelanjakannya. Sehingga akan selalu menuntut dan mengharapkan adanya barang dan jasa yang bernilai setimpal dengan uang yang dikeluarkan.

Penelitian yang dilakukan terhadap perusahaan kerajinan (handycraft) "CV. Ryan's Group" ini mengambil populasi produk Topeng dan produk miniatur almari, dengan cara mengumpulkan data yang berkaitan dengan proses produksi seperti: bahan dan alat yang dipergunakan, jumlah produk yang dihasilkan, standart kualitas produk yang dihasilkan dan jumlah produk rusak dalam setiap produksi. Sedangkan metode yang digunakan dalam menganalisis produk-produk tersebut adalah metode control chart dan diagram ishikawa. Dari metode control chart tersebut dapat diketahui proporsi kerusakan yang dialami pada saat proses produksi, sedangkan diagram ishikawa digunakan untuk mengetahui sebab akibat terjadinya kerusakan pada saat proses produksi

0731183-BAGUS BAMBANG W

STRATEGI PROMOSI PARIWISATA DI KOTA CILACAP ; **Pembimbing : MURWANTO SIGIT, DRS, MBA**

Abstrak : Skripsi ini berjudul Strategi Promosi Pariwisata Kota Cilacap, Penelitian ini Untuk mengetahui faktor-faktor yang menjadi Kekuatan (Strength), Kelemahan (Weakness), Kesempatan (Opportunities) dan Ancaman (Threats) dalam pengembangan sektor Pariwisata di Kota Cilacap.

Variabel yang akan disoroti dalam penelitian ini adalah strategi promosi pariwisata. Kajiannya akan dilakukan pada strategi promosi pariwisata, potensi serta tanggapan wisatawan terhadap pariwisata Kota Cilacap. Penelitian ini dirancang sebagai penelitian survei yang bersifat deskriptif kualitatif.

Metode pengumpulan data dilakukan dengan cara studi lapangan yaitu wawancara, observasi, penyebaran kuisioner kepada wisatawan serta studi pustaka yang erat kaitannya dengan masalah yang diteliti serta pengumpulan data dari dokumen-dokumen yang terdapat pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata kota Cilacap. Data yang diperoleh akan dianalisis dengan menggunakan metode analisis SWOT yaitu dengan melihat Kekuatan (Strength), Kelemahan (Weakness), Kesempatan (Opportunities) dan Ancaman (Threats) kepariwisataan di Kota Cilacap.

Sedangkan untuk mengukur validitas dan reliabilitas alat ukur dalam penelitian ini maka rumus product moment dan Cronbach Alpha menjadi pilihan. Selanjutnya untuk menguji hasil penelitian menggunakan alat bantu SPSS. Sebelas variabel yang telah dideskripsikan di atas kemudian dievaluasi untuk dikelompokkan menjadi faktor eksternal dan internal. Hasil observasi menunjukkan besar dan beragamnya potensi wisata yang ada di Kabupaten Cilacap, wilayah selatan yang merupakan dataran rendah memiliki obyek wisata pantai seperti pantai Teluk Penyu, yang berbatasan langsung dengan Samudera Hindia sehingga memiliki pemandangan ombak yang luar biasa.

Dalam masing-masing variabel terdapat beberapa indikator yang digunakan untuk mengungkapnya, berdasarkan keunggulan dan kelemahan tersebut peneliti menetapkan beberapa indikator dalam variabel sebagai keunggulan dan kelemahan (tabel 4.4). Indikator unggul yang berada dalam faktor internal selanjutnya dinamakan kekuatan (strength), dan yang tidak unggul dinamakan kelemahan (weakness). Bila indikator unggul tersebut berada dalam faktor eksternal dinamakan kesempatan (opportunity), dan yang tidak unggul dinamakan ancaman (threat). Hasil penetapan Strength, Weakness, Opportunity dan Threat menjadi dasar analisis SWOT (tabel 4.5).

Kata kunci : Strategi, Promosi, Pariwisata, SWOT

07311222-KHAIRIL MUSLIM

ANALISIS RETURN SAHAM DAN KONSENTRASI KEPEMILIKAN INDEKS KOMPAS 100 ;

Pembimbing : ZAENAL ARIFIN, DR, M.SI

Abstrak : Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari faktor-faktor seperti beta pasar (RMRF), size firm (SMB) dan book to market ratio (HML) terhadap return saham perusahaan yang tergabung dalam Indeks Kompas 100. Penelitian ini juga membandingkan tingkat akurasi dari dua model persamaan untuk mengestimasi return saham. Persamaan atau model estimasi yang dibandingkan dalam penelitian ini adalah Model Tiga Faktor Fama & French dengan Model Dua Faktor Fama & French.

Penelitian ini juga meneliti pengaruh konsentrasi kepemilikan (HHI) pemegang saham terhadap return saham. Untuk meneliti pengaruh konsentrasi kepemilikan (HHI) didukung oleh variable control seperti beta pasar (RMRF), size firm (SMB) dan book to market ratio (HML).

Data yang digunakan merupakan data sekunder yang berasal dari 100 emiten yang tergabung dalam Indeks Kompas 100 selama 5 semester yang terhitung dari Agustus 2007 hingga Januari 2010. Data yang digunakan merupakan data bulanan berupa return saham, harga saham, kapitalisasi pasar, jumlah saham yang beredar, persentase kepemilikan pemegang saham, IHSG serta suku bunga Bank Indonesia. Serangkaian pengujian dilakukan dalam penelitian ini. Pengujian yang dilakukan seperti uji asumsi klasik yang terdiri dari uji multikolinearitas, autokorelasi dan heteroskedastisitas.

Pengujian hipotesis menggunakan metode Uji Beda dan metode Regresi Linier Berganda.

Hasil pengujian menunjukkan hanya factor beta pasar (RMRF) yang memiliki pengaruh signifikan terhadap return, sedangkan factor size firm (SMB) dan market to book ratio (HML) tidak berpengaruh ($\alpha = 5\%$). Tingkat akurasi Model Dua Faktor dan Model Tiga Faktor tidak berbeda secara signifikan. Perbedaan akurasi yang tidak jauh berbeda ditunjukkan oleh nilai R-squared Model Tiga Faktor sebesar 0,294336. Nilai ini tidak jauh berbeda dengan nilai R-squared Model Dua Faktor yaitu sebesar 0,294203. Namun hasil statistic menunjukkan nilai mean dari residu Model Dua Faktor lebih kecil daripada Model Tiga Faktor. Tingkat konsentrasi kepemilikan (HHI) tidak berpengaruh terhadap return saham. Terkonsentrasi atau tidaknya kepemilikan saham tidak berpengaruh terhadap naik atau turunnya return saham. Struktur kepemilikan saham di perusahaan-perusahaan Indeks Kompas 100 tergolong terkonsentrasi tinggi, yang mana ditunjukkan oleh rata-rata HHI sebesar 0,43899 (lebih besar dari 0,18). Hasil ini menunjukkan bahwa investor di Indonesia lebih mempertimbangkan return saham yang akan didapatkan dengan risiko yang harus ditanggung. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa terjadi masalah keagenan (agency theory) di perusahaan-perusahaan yang tergabung dalam Indeks kompas 100 yang membuat factor firm size dan book to market ratio tidak berpengaruh terhadap return.

Kata Kunci : Return Saham, Indeks Kompas 100, Model Tiga Faktor, Model Dua Faktor dan Konsentrasi Kepemilikan

07311223-RINI ANGGRAINI

PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN INDOMARET CABANG LEMPUYANGAN ; Pembimbing : NURSYA'BANI P., DRS.,MSI

Abstrak : Analisis kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen di Indomaret sangat penting bagi perusahaan jasa, karena konsumen biasanya terlibat langsung dalam proses tersebut maka dengan keadaan demikian pihak Indomaret harus lebih memperhatikan aspek kepuasan bagi para pemakai jasanya dengan cara memberikan pelayanan yang berkualitas baik penampilan fisik maupun non fisik untuk dapat bersaing dengan minimarket lain guna mendapatkan pelanggan yang loyal.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penulis merumuskan yang menjadi pokok permasalahannya yaitu bagaimana pengaruh kualitas layanan Indomaret yang terdiri dari physical aspects, reliability, personal interaction, problem solving dan policy terhadap kepuasan konsumen serta apakah faktor yang paling berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Indomaret.

Lokasi tempat penelitian dilakukan di Indomaret cabang Lempuyangan dengan menggunakan 100 sampel. Alat yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah kuesioner, yaitu merupakan pertanyaan tertulis yang akan dijawab oleh responden untuk mengetahui penilaian konsumen terhadap kualitas layanan Indomaret.

Untuk mengetahui pengaruh antara variabel independent (X) dengan variabel dependen (Y) alat analisis yang digunakan adalah metode analisis regresi berganda.

Dalam analisis data yang dilakukan peneliti di peroleh hasil bahwa semua aspek berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen mulai dari physical aspects, reliability, personal interaction, problem solving dan policy sebesar sebesar 43,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian.

Dan dimensi personal Interaction merupakan variabel yang dominan mempengaruhi kepuasan konsumen di Indomaret cabang Lempuyangan.

Kata Kunci : Kualitas Layanan, Kepuasan Konsumen dan Analisis Regresi Berganda

07311228-INTAN AYU K.D

ANALISIS PENGARUH NILAI BARANG, DAYA TARIK TOKO, LOYALITAS PEMBELIAN KEMBALI, DAN SIKAP UNTUK LOYAL TERHADAP KESEDIAAN MEMBAYAR HARGA PREMIUM (WPP) PADA TOKO PENGECEK PIGURA "AB KOHAR" BANGUNTAPAN BANTUL ; Pembimbing : ALBARI, DRS. , M.SI

Abstrak : Penelitian berjudul "Analisis Pengaruh Nilai Barang, Daya Tarik Toko, Loyalitas Pembelian Kembali dan Sikap untuk Loyal terhadap Kesediaan Membayar Harga Premium (WPP) pada Toko Pengecer Pigura "AB KOHAR" Banguntapan Bantul" ini bertujuan untuk menjelaskan tentang pengaruh nilai barang dan daya tarik toko terhadap loyalitas pembelian kembali konsumen di toko pengecer pigura "AB KOHAR", serta menjelaskan tentang pengaruh nilai barang dan daya tarik toko terhadap sikap untuk loyal konsumen di toko pengecer pigura "AB KOHAR" dan menjelaskan tentang pengaruh nilai barang, daya tarik toko, loyalitas pembelian kembali, dan sikap untuk loyal konsumen terhadap kesediaan konsumen membayar harga premium di toko pengecer pigura "AB KOHAR" Banguntapan Bantul.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan statistik. Hal ini bertujuan agar penelitian yang dihasilkan lebih akurat, sehingga dapat mencari solusi yang tepat. Metode deskriptif dilakukan dengan menggunakan instrument kuesioner. Kuesioner diolah menggunakan bantuan komputer melalui program SPSS versi 14.00, Sedangkan populasi yang diteliti adalah konsumen di toko pengecer pigura "AB KOHAR Bantul. Sampel yang digunakan adalah 96 orang.

Metode pengujian statistik dengan menggunakan Analisis Regresi Linier Berganda. Dalam mengambil keputusan dilakukan dengan uji F, uji t, uji asumsi klasik (multikolinieritas, heteroskedastisitas, normalitas, linieritas).

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa barang dan daya tarik toko berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pembelian kembali pada toko pengecer pigura "AB KOHAR" secara serempak sebesar (0.411), sedangkan secara parsial pengaruh nilai barang terhadap loyalitas pembelian kembali adalah sebesar 0.157, dan pengaruh daya tarik toko terhadap loyalitas pembelian kembali adalah sebesar 0.125. Nilai barang dan daya tarik toko berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap untuk loyal pada toko pengecer pigura "AB KOHAR" secara serempak sebesar 0.186, sedangkan secara parsial pengaruh nilai barang terhadap sikap untuk loyal adalah sebesar 0.056 dan pengaruh daya tarik toko terhadap sikap untuk loyal adalah sebesar 0.052. Nilai barang, daya tarik toko, loyalitas pembelian kembali dan sikap untuk loyal konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesediaan membayar harga premium pada toko pengecer pigura "AB KOHAR" secara serempak sebesar 0.647, sedangkan secara parsial pengaruh nilai barang terhadap kesediaan membayar harga premium adalah sebesar 0.228, pengaruh daya tarik toko terhadap kesediaan membayar harga premium adalah sebesar 0.045, pengaruh loyalitas pembelian kembali terhadap kesediaan membayar harga premium adalah sebesar 0.095 dan pengaruh sikap untuk loya terhadap kesediaan membayar harga premium adalah sebesar 0.068. Dari hasil peneitian menunjukkan bahwa

nilai barang merupakan variabel paling dominan yang mempengaruhi loyalitas pembelian kembali, sikap untuk loyal dan kesediaan membayar harga premium.

Kata kunci: nilai barang (merchandise value), daya tarik toko (store affect), loyalitas pembelian kembali (repurchase loyalty), sikap untuk loyal (attitudinal loyalty), kesediaan membayar harga premium ((willingness to pay a price premium(WPP)).

07311238-WIDYARATRI AYU H.

ANALISIS PENGARUH DIMENSI KUALITAS JASA DAN EXPERTISE (PEMAHAMAN YANG LEBIH BAIK TENTANG PERBANKAN PADA NASABAH) TERHADAP LOYALITAS NASABAH MELALUI KEPUASAN PADA PD. BPR BKK TEMANGGUNG ; Pembimbing : ALBARI, DRS., M.SI

Abstrak : Penelitian berjudul “Analisis Pengaruh Dimensi Kualitas Jasa dan Expertise (Pemahaman yang Lebih Baik Tentang Perbankan pada Nasabah) Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan pada PD BPR BKK Temanggung” ini bertujuan untuk menjelaskan tentang pengaruh dimensi kualitas jasa (yang terdiri dari variabel keandalan, bukti langsung, daya tanggap, jaminan, dan empati) terhadap kepuasan nasabah, serta menjelaskan tentang pengaruh moderasi expertise (keadaan dimana nasabah mempunyai pengetahuan yang baik tentang perbankan) dalam hubungan antara kepuasan dan loyalitas, khususnya pada PD BPR BKK Temanggung.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan statistik. Hal ini bertujuan agar penelitian yang dihasilkan lebih akurat, sehingga dapat mencari solusi yang tepat. Metode deskriptif dilakukan dengan menggunakan instrument kuesioner. Kuesioner diolah menggunakan bantuan komputer melalui program SPSS versi 15.0, Sedangkan populasi yang diteliti adalah nasabah/penabung di PD BPR BKK Temanggung. Sampel yang digunakan 96 orang. Metode pengujian statistik dengan menggunakan Analisis Regresi Linier Berganda dan Analisis Regresi Moderator. Dalam mengambil keputusan dilakukan dengan uji F, uji t, uji asumsi klasik (multikolinieritas, heteroskedastisitas, normalitas, linieritas).

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa dimensi kualitas jasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan secara serempak sebesar (0.432), sedangkan secara parsial, variabel empathy paling berpengaruh terhadap kepuasan nasabah yaitu sebesar (0.05). Kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas, dengan besar pengaruh (0.291). Expertise terbukti berpengaruh negatif signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hasil analisis regresi pada variabel expertise menunjukkan koefisien beta negatif sebesar -0,179 dan sig-t sebesar 0,044<0,05. Berdasarkan analisis regresi moderator, expertise merupakan variabel yang memoderatori hubungan antara kepuasan dengan loyalitas. Hasil analisis regresi moderator menunjukkan bahwa koefisien regresi loyalitas adalah negatif (-0,242), dan sig t sebesar 0,008<0,05. Hal ini berarti expertise terbukti sebagai variabel moderator kepuasan dengan loyalitas

Kata kunci: kualitas jasa, dimensi kualitas jasa, expertise, kepuasan, loyalitas.

07311256-JEFTA GUNAWAN

ANALISIS PENGAWASAN KUALITAS PRODUK PADA TEPUNG TAPIOKA CAP KODOK (PT. UMAS JAYA AGROTAMA) LAMPUNG TENGAH ; Pembimbing : SITI NURSYAMSIH, DRA, MM

Abstrak : Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pengawasan produk terhadap tingkat kerusakan dalam proses produksi pada perusahaan, yaitu Tepung Tapioka Cap Kodok (PT. Umas Jaya Agrotama) Lampung Tengah dan untuk mengetahui faktor - faktor yang menjadi penyebab terjadinya kerusakan produksi. Agar kepentingan konsumen terhadap kepuasan melalui pemenuhan keinginan serta kebutuhannya dan produsen untuk menciptakan proses produksi yang berkualitas, meningkatkan posisi persaingan di pasar dalam upaya pemenuhan keinginan dan kebutuhan konsumen.

Penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan data yang berkaitan dengan proses produksi seperti: bahan dan alat yang dipergunakan, jumlah produk yang dihasilkan, jenis-jenis produk yang dihasilkan, standar kualitas bagi produk yang dihasilkan dan jumlah produk rusak tiap kali berproduksi.

Hasil dari penelitian ini adalah pengawasan kualitas produksi dalam setiap proses produksi Tepung Tapioka Cap Kodok (PT. Umas Jaya Agrotama) Lampung Tengah cukup baik. Prosentase kerusakan setiap proses produksi baik itu dalam suatu produk masih dibawah toleransi kerusakan yang telah ditetapkan oleh perusahaan.

07311261-ADITYA WISNU WARDANA

ANALISIS PERSEPSI KONSUMEN TENTANG ASOSIASI MEREK LAPTOP ACER DAN COMPAQ DI KALANGAN MAHASISWA UII YOGYAKARTA ; Pembimbing : SUMADI, DRS., M.SI

Abstrak : Asosiasi merek adalah segala sesuatu yang berkaitan dengan ingatan mengenai sebuah merek. Asosiasi merek dapat menciptakan suatu nilai bagi perusahaan dan para pelanggan, membentuk brand images dan positif, sering menjadi pijakan konsumen dalam pengambilan keputusan suatu merek.

Dengan menggunakan 160 responden untuk masing – masing merek laptop Acer dan Compaq yang ada di kalangan mahasiswa UII Kota Yogyakarta, peneliti mencoba mengidentifikasi atribut yang bisa di jadikan asosiasi pada masing – masing merek laptop dan menentukan ada tidaknya perbedaan asosiasi merek berdasarkan karakteristik konsumen. Sampel yang di gunakan adalah konsumen yang memakai atau membeli produk laptop merek Acer dan Compaq di kampus UII Yogyakarta dengan teknik convenience dimana penulis memiliki kebebasan memilih siapa saja yang ditemui di fakultas Kedokteran, Farmasi, Industri, Arsitek untuk dijadikan responden penelitian menggunakan metode chocran dengan SPSS versi 11.5.

Hasil pengujian chocran untuk merek laptop Acer sampai pada kesimpulan Ho di terima atau $P > 0,01$. Hasil pengujian Chocran pada merek laptop Acer ini menghasilkan 21 atribut sebagai berikut : Acer menurut produk adalah Membantu dalam pekerjaan, Dapat mengakses internet, Dapat menyimpan data, bentuk tipis, bobot ringan, ukuran layar, webcam, spesifikasi memadai, ketersediaan koneksi slot, garansi, finger print, aplikasi anti virus. Dari harga acer adalah harga kompetitif, potongan harga. toko acer memberikan jaminan resmi. Acer menurut promosi adalah melalui pameran, grand sale, bonus tas. Acer mendapatkan pelayanan adalah suku cadang dan bengkel resmi.

Sedangkan dari hasil pengujian laptop Compaq pada kesimpulan Ho di terima atau $P > 0,01$, hasil pengujian Chocran pada laptop Compaq menghasilkan 19 atribut sebagai berikut : Compaq menurut produk adalah Membantu dalam pekerjaan, Dapat mengakses internet, Dapat menyimpan data, Bentuk tipis, Drive DVD, Webcam, Batere tahan lama, Keyboard nyaman, Spesifikasi

memadai, Ketersediaan koneksi slot, Garansi, Kemampuan memainkan game, Finger print, Aplikasi antivirus, Kinerja optimal. Dari harga Compaq adalah potongan harga. Toko Compaq memberikan jaminan resmi. Compaq menurut promosi adalah bonus tas. Compaq mendapatkan pelayanan adalah Apparel Merek laptop menunjukkan bahwa Acer memiliki jumlah satuan asosiasi yang lebih banyak dibandingkan Compaq. Perbedaan asosiasi merek ini terjadi pada atribut bobot ringan, ukuran layar, harga kompetitif, informasi melalui pameran, grand sale, suku cadang dan bengkel merupakan atribut asosiasi Acer yang tidak dimiliki oleh Compaq.

07311288-SINTA MONIKA

ANALISIS PENGARUH BRAND IMAGES, KUALITAS DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS

KONSUMEN PADA TELEPON SELULER BLACKBERRY ; Pembimbing : BUDI ASTUTI, DRA., M.SI

Abstrak : Skripsi ini mengangkat judul “Analisis Pengaruh Brand Image, Kualitas, dan Kepuasan terhadap Loyalitas Konsumen pada Telepon Selular Blackberry”.

Pertumbuhan bisnis ponsel semakin lama semakin berkembang sehingga perusahaan harus selalu berusaha untuk mempertahankan dan meningkatkan loyalitas konsumen. Hal ini dapat dilakukan dengan meningkatkan brand image serta meningkatkan kualitas dari produk tersebut sehingga akan tercapai kepuasan dan loyalitas konsumen.

Dalam pengambilan sampelnya, penelitian ini menggunakan teknik convenience sampling yaitu konsumen yang kebetulan dijumpai di tempat tertentu. Maksudnya adalah sampel diambil dari mahasiswa dan mahasiswi di Yogyakarta terutama di daerah Sleman yang menggunakan ponsel Blackberry. Sampel yang digunakan sebanyak 96 responden. Teknik pengumpulan data adalah dengan kuisioner.

Metode pengolahan data dan analisis menggunakan uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, analisis regresi sederhana, analisis determinasi berganda dan analisis determinasi parsial. Sedangkan uji asumsi klasik terdiri dari uji multikolinieritas, uji heterokedastisitas, uji normalitas, dan uji linieritas. Pengujian hipotesis menggunakan uji F dan uji T dengan taraf Sig 5%. Sedangkan untuk mengukur validitas dan reliabilitas alat ukur yang mana dalam penelitian ini menggunakan kuisioner. Dan selanjutnya untuk menguji hasil penelitian menggunakan alat bantu, yaitu SPSS versi 17.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, terdapat pengaruh positif antara Brand image, Kualitas, dan Kepuasan terhadap Loyalitas konsumen pada ponsel Blackberry sebesar (R^2) 0.546 artinya ketiga variabel bebas tersebut mempunyai kontribusi sebesar 54.6% terhadap loyalitas pada produk ponsel Blackberry. Terbukti terdapat pengaruh positif signifikan antara Brand Image terhadap Loyalitas konsumen pada ponsel Blackberry sebesar (r^2) 5.80%. Terbukti terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Kualitas terhadap Loyalitas konsumen pada ponsel Blackberry sebesar (r^2) 20.97%.

Terbukti terdapat pengaruh positif signifikan antara Kepuasan terhadap Loyalitas (r^2) 40.70%. Dan hasil analisis regresi sederhana terbukti terdapat pengaruh positif signifikan antara kualitas terhadap kepuasan sebesar 5.15%.

Keyword: Brand Image, Kualitas, Kepuasan dan Loyalitas

07311292-DEVI FUSPANITA**ANALISIS PENGARUH INFORMASI AKUISISI TERHADAP RETURN SAHAM ; Pembimbing :****NURFAUZIAH.,DRA.,MM**

Abstrak : Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah suatu pengaruh informasi akuisisi berpengaruh terhadap return saham. Akuisisi merupakan pengambilalihan kepemilikan atau pengendalian atas saham atau asset suatu perusahaan oleh perusahaan lain, dan dalam peristiwa ini baik perusahaan pengambilalih atau yang diambil alih tetap eksis sebagai badan hukum yang terpisah. Tujuan utamanya dari dilakukannya akuisisi ini antara lain untuk dapat lebih meningkatkan asset dan return saham serta nilai perusahaan yang lebih baik lagi serta untuk meningkatkan kesejahteraan pemegang saham semaksimal mungkin.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang berupa harga saham, dan indeks harga saham gabungan (IHSG). Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 9 perusahaan yang melakukan akuisisi yang dimulai pada tahun 2000 sampai dengan tahun 2008. Uji yang digunakan pada penelitian ini menggunakan uji one sample t test dengan periode penelitian selama 21 hari. Dari penelitian yang dilakukan menunjukkan hasil yang tidak signifikan yang artinya bahwa informasi akuisisi tidak berpengaruh terhadap return saham. Hal ini terjadi karena periode yang digunakan terlalu pendek yaitu hanya sebatas 21 hari penelitian, kemungkinan yang lain adanya pengaruh krisis global yang terjadi pada tahun 2008 yang sudah dirasakan pada tahun-tahun sebelumnya dan kemungkinan perusahaan hanya ingin melakukan sinergi.

Kata Kunci : return saham, informasi akuisisi, sinergi

07311310-KHALEILI NUNGKI H**ANALISIS PENGARUH KUALITAS JASA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA HOTEL BINTANG FAJAR DI YOGYAKARTA ; Pembimbing : MURWANTO SIGIT, DRS., MBA.**

Abstrak : Skripsi ini berjudul Analisis Pengaruh Kualitas Jasa terhadap Kepuasan Pelanggan pada Hotel Bintang Fajar di Yogyakarta. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kualitas jasa dan kepuasan pelanggan, mengetahui dimensi kualitas jasa baik secara bersama-sama maupun parsial mempunyai pengaruh (+) signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan menganalisis dimensi kualitas jasa yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang bersumber dari kuesioner yang dibagikan kepada pelanggan / tamu yang menginap di Hotel Bintang Fajar Yogyakarta. Pengambilan sampel dengan menggunakan teknik Convenience Sampling. Sampel yang digunakan adalah 100 orang responden.

Metode pengolahan data adalah metode deskriptif dan metode statistik. Metode deskriptif dilakukan dengan menggunakan instrumen kuesioner, selanjutnya kuesioner diolah menggunakan bantuan komputer melalui program SPSS. Sedangkan, metode pengujian statistik dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linear berganda, uji determinasi linier, dan uji determinasi parsial. Pengujian hipotesis menggunakan uji T dan uji F dengan taraf signifikansi 5%.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa berdasarkan uji T dan uji F, terdapat pengaruh (+) dan signifikan antara kualitas jasa secara serentak maupun parsial terhadap kepuasan pelanggan. Dilihat pada koefisien determinasi parsial (r^2) dari variabel keandalan mempunyai nilai terbesar yaitu sebesar 0,185 atau sebesar 18,5%. Dan ditemukan bahwa sebagian besar konsumen merasa puas terhadap

pelayanan yang diberikan oleh Hotel Bintang Fajar dan dengan adanya rasa puas yang dirasakan konsumen maka akan timbul rasa bangga terhadap Hotel Bintang Fajar, konsumen akan memberikan referensi kepada orang lain untuk mengunjungi Hotel Bintang Fajar dan konsumen akan setia terhadap Hotel Bintang Fajar dalam hal ini berarti konsumen akan kembali lagi untuk mengunjungi Hotel Bintang Fajar. Dengan adanya riset ini diharapkan dapat membantu pihak hotel dalam menentukan langkah selanjutnya demi untuk meningkatkan kualitas pelayanannya.

Kata kunci : Kualitas jasa, dimensi kualitas jasa (keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, bukti langsung), dan kepuasan pelanggan.

07311329-ARDY YUDHANTO

ANALISIS SISTEM ANTRIAN UNTUK MENINGKATKAN EFISIENSI PADA STASIUN KUTOARJO ;

Pembimbing : SITI NURSYAMSIH, DRA., MM

Abstrak : Penelitian ini telah dilaksanakan di Stasiun Kutoarjo, Jawa Tengah, yang bertujuan untuk menghitung waktu tunggu konsumen dalam sistem dan antrian, tingkat kegunaan fasilitas pelayanan dengan model antrian Single Channel – Single Phase pada fasilitas loket empat dan enam pada waktu normal dan waktu Idul Fitri, yang dinotasikan dengan (M/M/1) : (FIFO/I/I), sehingga diketahui tingkat efisiensi fasilitas loket empat dan loket enam pada Stasiun Kutoarjo. Sebagai sampel penelitian antrian waktu normal diambil 20 hari dengan penelitian pada jam – jam sibuk atau ramai pada pukul 13.00 – 18.00 WIB, sedangkan penelitian antrian waktu Idul Fitri diambil 3 hari saat terjadi arus balik di stasiun Kutoarjo. Data yang dikumpulkan adalah banyaknya kedatangan konsumen pada periode per jam dan data pelayanan konsumen dimulai pada saat konsumen menerima pelayanan sampai selesai menerima pelayanan dalam transaksi pembelian tiket. Dari hasil penelitian diketahui bahwa rata – rata tingkat kedatangan konsumen loket empat waktu normal $\lambda = 109,375$ konsumen per jam, rata – rata tingkat kedatangan konsumen loket empat waktu Idul Fitri $\lambda = 326,5$ konsumen per jam dan rata – rata tingkat pelayanan konsumen loket empat waktu normal dan Idul Fitri $\mu = 422,972$ konsumen per jam. Pada loket enam rata – rata tingkat kedatangan konsumen waktu normal $\lambda = 179,75$ konsumen per jam, rata – rata tingkat kedatangan konsumen loket enam waktu Idul Fitri $\lambda = 368,223$ konsumen per jam dan rata – rata tingkat pelayanan loket enam waktu normal dan waktu Idul Fitri $\mu = 278,55$ konsumen per jam. Berdasarkan analisis dapat disimpulkan bahwa loket empat, loket enam waktu normal dan loket empat waktu Idul Fitri sudah berjalan efisien dikarenakan waktu tunggu konsumen dalam sistem (W_s) loket empat dan enam dibawah lima menit waktu yang diharapkan konsumen dan kapasitas sistem pelayanan mampu menampung keseluruhan konsumen, sedangkan loket enam waktu Idul Fitri tidak berjalan dengan efisien dikarenakan kapasitas sistem pelayanan tidak mampu melayani semua konsumen hingga waktu pelayanan berakhir.

Kata Kunci : Single Channel – Single Phase, konsumen, efisien.

07311338-NOVIANTI FAJAR S*SEGMENTASI KONSUMEN YANG SADAR LINGKUNGAN PADA WARGA MIGAS DI CEPU ;***Pembimbing : ALBARI, DRS, M.SI**

Abstrak : Skripsi ini mengangkat judul “Segmentasi Konsumen yang Sadar Lingkungan pada Warga Migas di Cepu”. Secara garis besar membahas mengenai pengaruh karakteristik demografi dan psikografi terhadap perilaku konsumen yang sadar lingkungan pada warga Migas di Cepu. Selain itu juga akan diteliti faktor yang paling berpengaruh terhadap perilaku konsumen yang sadar lingkungan. Dalam pengambilan sampelnya, peneliti menggunakan pendekatan convenience sampling yaitu digunakan untuk memperoleh responden yang mudah ditemui, yang berada di perumahan Migas. Sampel yang digunakan sebanyak 94 responden. Teknik pengumpulan data adalah dengan kuesioner. Variabel penelitiannya adalah karakteristik demografi, karakteristik psikografi, sebagai variabel bebas terhadap perilaku konsumen yang sadar lingkungan. Metode pengolahan data dan analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda dan pengujian hipotesis menggunakan uji F dan uji T dengan taraf Sig 5%. Untuk menguji hasil penelitian menggunakan alat bantu SPSS 17. Hasil pengujian menunjukkan bahwa secara serentak karakteristik demografi dan psikografi berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen yang sadar lingkungan. Sedangkan, dari hasil pengujian secara parsial hanya ada satu indikator dari karakteristik psikografi yang mempunyai pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen yang sadar lingkungan, yaitu indikator perhatian lingkungan.

Kata kunci: demografi, psikografi, perilaku konsumen, pemasaran green

07311346-SHINTA PUTRI PRATIWI*ANALISIS PENGARUH MOTIVASI KONSUMEN TERHADAP MINAT MEMBELI MAKANAN KEMASAN BERLABEL HALAL (STUDI KASUS MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UII, YOGYAKARTA) ;***Pembimbing : SRI HARDJANTI, DRA,MM**

Abstrak : Penelitian ini berjudul “analisis pengaruh motivasi konsumen terhadap minat membeli makanan kemasan berlabel halal (studi kasus mahasiswa fakultas ekonomi uii)” yang bertujuan untuk menguji variabel-variabel motivasi apa saja yang mempengaruhi minat beli konsumen pada makanan kemasan berlabel halal. Penelitian ini fokus terhadap variabel penawaran harga, kualitas produk, ketersediaan barang, label halal, keamanan, kepraktisan dan brand image. Dalam penelitian ini menggunakan data primer dengan menggunakan teknik convenience sampling dengan responden sebanyak 96 responden. Penelitian ini mengambil sampel mahasiswa fakultas ekonomi uii, Yogyakarta yang berminat membeli makanan kemasan berlabel halal. Untuk membuktikan hipotesis tersebut, peneliti menggunakan berbagai analisis baik deskriptif maupun analisa analitik diantaranya regresi linier berganda, uji F dan uji t dengan taraf signifikansi 5%, koefisien determinasi, korelasi berganda, korelasi parsial dan analisis kruskal wallis. Pengujian dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 1.4. Dari tiga hipotesis yang diajukan pada penelitian ini semuanya terbukti. Hipotesis tersebut menunjukkan bahwa ke tujuh variabel-variabel tersebut mempengaruhi minat beli konsumen pada makanan kemasan berlabelhalal (studi kasus mahasiswa fakultas ekonomi uii,yogyakarta).Untuk selanjutnya secara lebih terperinci hasil penelitian ini dibahas di dalam bab-bab pada skripsi ini Kata

Kunci :penawaran harga, kualitas produk, ketersediaan barang, label halal, keamanan, kepraktisan, brand image dan minat beli

07311348-HILMIYATUL HUSNA***EVALUASI PENGENDALIAN KUALITAS TERHADAP PRODUK MAKANAN BAKPIA 714 DI SLEMAN YOGYAKARTA ; Pembimbing : MOCH. NASITO, DRS., MM***

Abstrak : Penelitian yang dilakukan adalah untuk mengevaluasi pengendalian kualitas produk makanan Bakpia 714 di wilayah Minomartani Kabupaten Sleman Yogyakarta.

Pengendalian kualitas merupakan falsafah yang memantapkan dan menjaga lingkungan yang menghasilkan perbaikan secara terus-menerus pada kualitas dan produktivitas diseluruh aktivitas perusahaan. Kurangnya pengendalian kualitas yang dilakukan perusahaan dapat mengakibatkan produk yang dihasilkan tidak sesuai dengan standar kualitas yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Dengan metode penelitian tertentu maka dapat diketahui apakah kecenderungan tersebut benar-benar terjadi dan apakah produk yang dihasilkan sudah sesuai dengan standar kualitas yang telah ditentukan atau belum. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Control Chart atau P-Chart dan juga menggunakan metode Diagram Ishikawa (Fish Bone). Metode P-Chart digunakan untuk mengetahui atau menganalisis penyebab terjadinya produk cacat dan untuk mencari pemecahan atas masalah tersebut digunakan Diagram Ishikawa.

Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut, analisa dengan menggunakan P-Chart diperoleh hasil bahwa produk makanan Bakpia 714 dinyatakan kurang baik karena jumlah produk cacatnya melebihi batas toleransi produk cacat yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Dan menurut analisa yang digunakan Diagram Ishikawa penyebab kecacatan produk disebabkan antara lain oleh faktor SDM, metode kerja dan mesin.

07311354-RINA ROSI***PENGARUH TINGKAT BAGI HASIL, TINGKAT INFLASI, DAN TINGKAT SUKU BUNGA BANK KONVENSIONAL TERHADAP TABUNGAN MUDHARABAH (STUDI KASUS DI BANK SYARIAH MANDIRI); Pembimbing: ABDUL MOIN, S.E., M.B.A.***

Abstrak : Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh tingkat bagi hasil, tingkat inflasi dan tingkat suku bunga bank konvensional terhadap tabungan mudharabah baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini menggunakan Bank Syariah Mandiri sebagai obyek penelitiannya. Metode penelitian menggunakan data laporan bulanan mulai bulan Juli 2007- Mei 2010, maka semua faktor yang diteliti terjadi pada tahun tersebut dan dilihat pengaruhnya terhadap tabungan mudharabah.

Hasil penelitian menyimpulkan bahwa tingkat bagi hasil mempunyai pengaruh terhadap tabungan mudharabah dengan arah negatif, tingkat inflasi tidak mempunyai pengaruh terhadap tabungan mudharabah dan tingkat suku bunga bank konvensional mempunyai pengaruh terhadap tabungan mudharabah.

Kata kunci : Tabungan Mudharabah, Tingkat Bagi Hasil, Tingkat Inflasi, dan Tingkat Suku Bunga Bank Konvensional.

07311355-WIDYANINGTYAS*EVALUASI PENGAWASAN KUALITAS PRODUK AKHIR PADA PRODUK DI KEDAI DIGITAL***YOGYAKARTA ; Pembimbing : MOCH. NASITO, DRS., MM**

Abstrak : Penelitian yang dilakukan penulis terhadap perusahaan merchandise “Kedai Digital” ini dibatasi hanya pada pengawasan kualitas yang merupakan suatu aktifitas untuk menjaga dan mengarahkan agar kualitas produk perusahaan dapat dipertahankan sebagaimana yang telah direncanakan serta meningkatkan citra perusahaan dan menjaga kepercayaan konsumen terhadap produk-produk dari perusahaan Kedai Digital.

Dalam penelitian ini penulis merumuskan beberapa masalah yakni apakah kualitas produk yang dihasilkan (output) masih memenuhi batas toleransi dan faktor-faktor apa saja yang menyebabkan ketidakstabilan kualitas produk, yang bertujuan untuk mengetahui tingkat kualitas produk yang dihasilkan dan untuk mengetahui penyebab terjadinya ketidakstabilan dari kualitas produk akhir sehingga memperoleh solusi agar ketidakstabilan tersebut dapat diatasi.

Populasi yang diambil penulis dalam penelitian ini yaitu mug, kaos dan pin. Metode yang digunakan penulis yaitu analisis P-Chart dan Diagram Ishikawa.

Analisis P-Chart digunakan untuk mengukur atribut produk seperti kerapihan cetak dan pengeleman yang mungkin kurang sempurna dengan mengambil sampel 30 hari sebanyak 100 unit. Berdasarkan metode tersebut maka dapat diketahui proporsi dan tingkat kerusakan yang terjadi pada akhir produksi. Serta Diagram Ishikawa digunakan untuk mengidentifikasi penyebab-penyebab yang timbul dari suatu efek spesifik kemudian memisahkan akar penyebabnya.

Berdasarkan analisis data yang telah diperoleh dengan menggunakan P-Chart menunjukkan bahwa produk pin dinilai masih dibawah standar perusahaan, yang berarti produk tersebut masih sangat di telorir kerusakannya oleh perusahaan.

Sedangkan produk mug dan kaos ada beberapa yang prosentasenya diatas standar perusahaan, yakni 5%. Berdasarkan Diagram Ishikawa dapat diketahui empat faktor penyebab kerusakan dan ketidakstabilan pada hasil produksi yaitu tenaga kerja, metode kerja, mesin, dan lingkungan. Dari keempat faktor tersebut, faktor yang paling dominan adalah faktor tenaga kerja. Hal ini disebabkan karena kelelahan yang mengakibatkan tidak konsentrasinya pekerja.