



FAKULTAS  
EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MULAWARMAN



FMI FORUM  
MANAJEMEN  
INDONESIA

# Sertifikat

Diberikan Kepada

**Diyah Tulipa**

Sebagai

**PRESENTER CALL FOR PAPERS**

**SEMINAR NASIONAL, CALL FOR PAPERS DAN PENGABDIAN MASYARAKAT**  
Making Indonesia 4.0  
Green Business Management and Social Enterprise

Samarinda, 6-7 November 2019

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Mulawarman

Ketua FMI Pusat

**FMI**  
FORUM MANAJEMEN  
INDONESIA  
Sri Gunawan, DBA

Prof. Dr. Hj. Syarifah Hidayah, M.Si

Ketua Panitia

Dr. Rahmawati, SE. MM





## *MAIN HOST*



**FEBUNMUL**

**FMI** | FORUM MANAJEMEN INDONESIA  
KORWIL KALTIMTARA

## CO-HOST



UNIVERSITAS TERBUKA



## CO-HOST





# **PROSIDING ABSTRAK**

**SEMINAR NASIONAL, KONFERENSI, DAN  
PENGABDIAN MASYARAKAT  
FORUM MANAJEMEN INDONESIA KE-11**

## **TEMA**

**MAKING INDONESIA 4.0  
GREEN BUSINESS MANAGEMENT AND SOCIAL  
ENTERPRISE**

**6 - 7 NOVEMBER 2019  
SAMARINDA**

**FORUM MANAJEMEN INDONESIA  
KORWIL KALTIMTARA**

## PENANGGUNG JAWAB

### MAKING INDONESIA 4.0 GREEN BUSINESS MANAGEMENT AND SOCIAL ENTERPRISE

#### **Panitia Pelaksana**

Ketua : Dr. Hj. Rahmawati, SE, MM  
Wakil Ketua : Drs. Michael Hadjaat, MM  
Sekretaris : Dr. Zainal Abidin, SE, MM  
Bendahara : Muhammad Astri Yulidar Abbas, SE, MM

#### **Editor**

Dr. Irsan Tricahyadinata, SE, M.Si (Universitas Mulawarman)  
Dr. Musdalifah Azis, SE, MM (Universitas Mulawarman)  
Dio Caisar Darma, SE, M.Si (STIE Samarinda)  
Dian Irma Aprianti, S.IP, MM (Universitas Widyagama Mahakam Samarinda)  
Ahmad Roy, S.Kom (Universitas Mulawarman)

#### **Penerbit**

Badan Penerbit Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mulawarman  
Alamat : Jl. Tanah Grogot No. 1, Kampus Unmul Gunung Kelua, Sempaja Kota Samarinda Kode Pos 75117.

## KOMITE REVIEWER

No.	Nama	Instansi	Bidang Keahlian
1.	Prof. Dr. Hj. Syarifah Hidayah, M.Si	Universitas Mulawarman	Manajemen Pemasaran
2.	Dr. Ramadania, M.Si	Universitas Tajungpura	Manajemen Pemasaran
3.	Dr. Yulia Hendri Yeni, SE, MT, AK	Universitas Andalas	Manajemen Pemasaran
4.	Prof. Dr. Suharno, MM	Universitas Mulawarman	Manajemen Pemasaran
5.	Prof. Dr. Noormijati, SE, MTM	Universitas Brawijaya	Manajemen SDM
6.	Amalia Kusuma Wardini, SE, M.Com, Ph.D	Universitas Terbuka	Manajemen SDM
7.	Dr. Sri Langgeng, M.Si	Universitas Riau Kepulauan	Manajemen SDM
8.	Prof. Dr. H. Abd. Rachim AF, SE, M.Si	Universitas Widyagama	Manajemen Keuangan
9.	Dr. I Made Surya Negara Sudirman, SE, Ak, MM	Universitas Udayana Bali	Manajemen Keuangan
10.	Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si	Universitas Pendidikan Ganesha	Manajemen Keuangan
11.	Dr. Sugeng Hariyadi, SE, MBA	Politeknik Negeri Samarinda	Manajemen Strategi
12.	Dr. Kukuh Lukiyanto, ST, MM, MT	Binus University, Malang	Manajemen Strategi
13.	Dr. Marso, SE, M.Si	STIE Bulungan Tarakan	Manajemen Strategi
14.	Dr. Isfenti Sadalia, ME	Universitas Sumatera Utara	Manajemen Strategi
15.	Prof. Dr. H. Amirullah Assegaf, SE, MS, MM, M.Ak	Universitas Dr. Soetomo Surabaya	Manajemen Operasional
16.	Dr. Akhmad Yunani, SE, M.T	Institute Manajemen Koperasi Indonesia	Manajemen Operasional
17.	Dr. Zainal Abidin, SE, MM	Universitas Mulawarman	Manajemen Operasional
18.	Dr. Muji Gunarto, S.Si, M.Si	Universitas Bina Darma	Teknologi Informasi
19.	Dr. Yasintha Soelasih, SE, M.Si	Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya	Teknologi Informasi
20.	Dr. Hendi Sama, S.Kom, MM. e-Bussines	Universitas Intenasional Batam	Teknologi Informasi

## KETUA FORUM MANAJEMEN INDONESIA PENGURUS PUSAT



Seminar Nasional, *Call for Paper*, dan Pengabdian Masyarakat FMI 2019 ini merupakan penegasan atas komitmen FMI ke-11 dalam memfasilitasi pertukaran ide serta kolaborasi antara akademisi dan peneliti manajemen, untuk bekerjasama mendekonstruksi tantangan-tantangan manajemen. Pada tahun 2019 ini, seminar FMI diselenggarakan di Kota Samarinda dan bertindak sebagai penyelenggara adalah Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mulawarman. Panitia telah menerima beragam karya ilmiah dari perwakilan Perguruan Tinggi di seluruh Indonesia, untuk dapat dipresentasikan pada sesi *Call for paper*, yang terbagi pada beberapa konsentrasi riset manajemen yaitu: Kewirausahaan dan Inovasi Bisnis, Manajemen Keuangan, Manajemen Pemasaran, Manajemen Rantai Pasok, Manajemen Strategi, Manajemen Sumber Daya Manusia, dan Teknologi Informasi.

Apresiasi dan terima kasih saya sampaikan kepada Tim Panitia dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman dan segenap Co. Host FMI Samarinda yang telah mempersiapkan segala sesuatunya dengan baik sehingga aktivitas Seminar Nasional dan *Call for Paper* FMI 2019 ini bisa berjalan dengan sukses. Akhir kata, saya ucapkan selamat datang di acara Seminar Nasional, *Call for Paper*, dan Pengabdian terhadap Masyarakat FMI 2019 di Kota Samarinda dan sekitarnya. Harapan saya, semoga kekompakan kita dalam mengembangkan keilmuan dan praktik manajemen, akan semakin menguat di masa mendatang, sehingga bisa beradaptasi menghadapi beragam gelombang perubahan.

*Hormat Kami,*

Dr. Sri Gunawan, DBA.  
Ketua - Pengurus Pusat  
Forum Manajemen Indonesia

## PRAKATA KETUA FMI 11



Puji dan syukur kami haturkan segala keberkahan dan hidayah Allah Tuhan Yang Maha Esa atas kesempatan kepada kami sebagai tuan rumah pelaksana FMI-11 di Samarinda. Kegiatan ilmiah ini merupakan rangkaian dari acara sebelumnya adalah FMI ke-10 di Palembang, dengan Koodinator Wilayah (Korwil) Sumatera Selatan pada Bulan November Tahun 2018 silam. Saya mengucapkan selamat kepada FMI Koordinator Wilayah Kaltim-Tara, serta konsorsium Perguruan Tinggi di wilayah Kalimantan yang telah berhasil menyelenggarakan acara ini. Ucapan terima kasih, juga saya persembahkan kepada *Main Host, Co. Host*, dan seluruh *partnership*, yang telah bekerja keras dalam menyiapkan dan menyelenggarakan acara ini.

Perkembangan industri ekonomi digital yang kian pesat menuntut kita sebagai negara besar untuk mampu bersaing dalam menghadapi industri 4.0, kekuatan komunitas adalah kunci dari suksesnya industri ekonomi digital, Indonesia dengan jumlah penduduk terbesar ke 4 (empat) dunia, merupakan potensi besar baik bagi pasar domestik maupun pasar internasional, melihat potensi tersebut perhelatan Forum Manajemen Indonesia ke 11 Tahun ini harus dapat menjadi tonggak sejarah dari bangkitnya kekuatan industri ekonomi digital Nasional melalui fokus riset yang diarahkan pada industri 4.0

Sehubungan dengan itu, tak luput kami juga mengucapkan apresiasi atas kerjasamanya dari beberapa Perguruan Tinggi sebagai *Co-Host* (STIE Bulungan, Universitas Terbuka, UMKT, Universitas Widyagama Mahakam Samarinda, STIEM Tanjung Redeb, UNIKARTA, UNTAG Samarinda, STIMI Samarinda, POLNES, Universitas Katolik Soegijapranata, STIE Nusantara Sangatta, Universitas Widyagama Malang, UNIBA, UII Yogyakarta, UBT, UNISBANK, UMI Makassar, Kalbis Institute, Trisakti *School of Management*, dan Universitas Methodist Medan).

*Salam dan Terimakasih,*

(Dr. Rahmawati Thaha, SE, MM)

## KATA PENGANTAR

(Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mulawarman)



Assalamu'alaikum, Wr. Wb. Puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan limpahan rahmat, taufiq, serta hidayah-Nya, sehingga kita dapat menjalankan aktivitas keseharian dengan hikmat. Forum Manajemen Indonesia (FMI) menjadi forum pertemuan dan komunikasi dosen Manajemen Perguruan Tinggi se-Indonesia, baik negeri maupun swasta. Dalam forum ini, diharapkan terjadi *transfer knowledge*, informasi, serta pengetahuan terkini baik untuk kepentingan industri, manajerial pengelolaan institusi, perumusan kurikulum, dan kebijakan, ataupun keilmuan. Melalui proses yang cukup ketat, dan selektif, kami berhasil meloloskan 89% (426 abstrak) dari jumlah artikel yang dikirim oleh peserta.

Kami mengucapkan terimakasih pada pihak-pihak yang telah mendukung kegiatan ini, sehingga dapat terselenggara dengan baik. Ucapan terimakasih ini, secara khusus, kami sampaikan kepada Dr, Sri Gunawan, DBA sebagai Ketua FMI Pusat, Dr. Rahmawati Thaha, SE, MM selaku Ketua FMI wilayah Kaltim-Tara, serta 17 perwakilan Perguruan Tinggi yang tergabung dalam Koordinator Wilayah Forum Manajemen Indonesia Daerah Kalimantan Timur dan Kalimantan Utara Periode 2019-2023, yakni: Universitas Mulawarman sebagai *main host*, Universitas Widyagama Mahakam Samarinda, Universitas Balikpapan, Politeknik Negeri Samarinda, Univeritas Borneo Tarakan, Universitas Terbuka, STIE Nusantara Sangatta, FEBI-IAIN Samarinda, Universitas Kutai Kartanegara, STIMI Samarinda, Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur, STIE Bulungan-Tarakan, Universitas Kalimantan Utara, STIE Muhammadiyah Berau, STIE Samarinda, Universitas 17 Agustus Samarinda, dan Politeknik Malinau.

Semoga, kegiatan ini pun menjadi bentuk partisipasi dunia akademik dalam membangun bangsa dan Negara kita tercinta, terutama berkaitan dengan pengembangan Ilmu Manajemen di Indonesia.

*Best regards,*

(Prof. Dr. Hj. Syarifah Hidayah, SE, M.Si)

## RINGKASAN EKSEKUTIF

Forum Manajemen Indonesia (FMI) merupakan wadah dosen-dosen perguruan tinggi seluruh Indonesia sebagai forum yang berskala Nasional dalam melakukan kegiatan Tri Dharma Perguruan Tinggi. Kegiatan FMI diadakan secara rutin setiap tahun dikemas dalam bentuk Seminar Nasional, *Call for Papers*, dan Pengabdian Masyarakat dan hasilnya didokumentasikan dalam bentuk prosiding maupun jurnal ilmiah. Penyelenggaraan FMI dilaksanakan secara bergantian oleh Perguruan Tinggi dari berbagai kota di Indonesia. Penyelenggaraan FMI dari tahun ke tahun dapat dilihat sebagai berikut:

Tahun	Penyelenggara	Kota	Tanggal	Lokasi Aktivitas
2019	FMI Pengurus Korwil Kalimantan Timur & Utara	Samarinda	6-7 Nov 2019	Hotel Bumi Senyur, Samarinda
2018	FMI Pengurus Korwil Sumatera Selatan	Palembang	7-8 Nov 2018	Hotel Horison, Palembang
2017	FMI Pengurus Korwil Jawa Tengah	Semarang	10 Nov 2017	Hotel Patra, Semarang
2016	Univ Tadulako & Pengurus FMI Korwil Sulawesi Tengah	Palu	10 - 11 Nov 2016	Hotel Mercure, Palu
2015	FMI Pengurus Korwil Jakarta	Jakarta	10 - 12 Nov 2015	Hotel Discovery, Jakarta
2014	FMI Pengurus Korwil Sumatra Utara	Medan	12 - 14 Nov 2014	Hotel Grand Aston, Medan
2013	FMI Pengurus Korwil Kalimantan	Pontianak	23 - 24 Okt 2013	Hotel Mercure, Pontianak
2012	FMI Pengurus Korwil Jogjakarta	Jogjakarta	13 - 14 Nov 2012	Hotel Inna Garuda, Jogja
2011	FMI Pengurus Korwil Jawa Barat	Bandung	9 - 10 Nov 2011	Hotel Savoy Homan, Bandung
2010	FMI Pengurus Korwil Jawa Timur	Surabaya	2 - 3 Nov 2010	Hotel Sheraton, Surabaya
2008	Univ Airlangga, FEB Dept Manajemen - Pendirian FMI	Surabaya	10 - 11 Nov 2008	Univ Airlangga, Kampus FEB

Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Mulawarman bekerjasama dengan FMI Pengurus Korwil Kalimantan Timur dan Utara mendapat kehormatan pada tahun 2019 menjadi tuan rumah (*Main-Host*) perhelatan akbar Forum Manajemen Indonesia (FMI) ke 11 di Samarinda. Kegiatan ini menjadi salah satu wujud nyata kepedulian FEB Universitas Mulawarman terhadap perkembangan penelitian dan pengabdian masyarakat, khususnya di bidang manajemen. FEB Universitas Mulawarman dengan FMI Pengurus Korwil Kaltim dan Kaltara bersinergi dengan beberapa universitas di Indonesia sebagai *Co-Host* pelaksanaan FMI 11 Samarinda. Berikut adalah 20 (dua puluh) *Co-Host* pada FMI 11 Samarinda.

Peserta FMI-11 Samarinda berasal dari 117 institusi yaitu 115 Perguruan Tinggi, 1 Kementerian Tenaga Kerja, dan 1 adalah Umum yang tersebar dari seluruh Indonesia sebanyak 43 kota. Terbanyak dari kota Jogyakarta, kemudian Jakarta, dan Samarinda.

Kegiatan FMI-11 Samarinda dimulai seminar nasional dengan tema “**Making Indonesia 4.0: Green Business Management and Social enterprise**” diikuti sebanyak 469 peserta. Selanjutnya, dilaksanakan *parallel sessions call for paper* yang terdiri dari 465 presenter dengan tujuh topik, yakni, Kewirausahaan dan inovasi bisnis (38), Manajemen keuangan (114), Manajemen pemasaran (126), Manajemen rantai pasok

(12), Manajemen strategi (32), Manajemen sumber daya manusia (97) dan Teknologi informasi (7). Terakhir, ditutup dengan kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat yang dilakukan di kota Tenggarong dan Samarinda dengan jumlah peserta sebanyak 319 peserta.

NO	NAMA CO-HOST
1	Sekolah Tinggi Ekonomi Bulungan – Tarakan
2	Fakultas Ekonomi Universitas Terbuka, Jakarta
3	Politeknik Negeri Samarinda
4	Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur
5	Fakultas Ekonomi Universitas Widyagama Mahakam Samarinda
6	Fakultas Ekonomi Universitas Kutai Kartanegara, Tenggarong
7	Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Indonesia, Samarinda
8	Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Muhammadiyah, Tanjung Redeb
9	Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Nusantara, Sangatta
10	Fakultas Ekonomi Universitas Balikpapan
11	Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945, Samarinda
12	Kalbis Institute, Jakarta
13	Fakultas Ekonomi Universitas Borneo, Tarakan
14	Fakultas Ekonomi Universitas Widyagama, Malang
15	Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata, Semarang
16	Fakultas Ekonomi Universitas Stikubank, Semarang
17	Fakultas Ekonomi Universitas Muslim Indonesia, Makassar
18	Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta
19	Fakultas Ekonomi Universitas Methodist Indonesia, Medan
20	Trisakti School of Management, Jakarta

Kegiatan FMI-11 Samarinda diharapkan menjadi sarana yang efektif untuk *knowledge sharing*, seminar, workshop, desiminasi hasil-hasil penelitian, serta Pengabdian Kepada Masyarakat khususnya dalam bidang ilmu manajemen. Selain itu, FMI-11 Samarinda diharapkan mampu memberikan kesempatan bagi pemerintah dan seluruh masyarakat Kalimantan Timur dalam rangka memperkenalkan budaya, ciri khas serta produk unggulan secara langsung kepada semua peserta pada saat acara diselenggarakan, dan akan berdampak positif bagi peningkatan perekonomian Kalimantan Timur.

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
SAMPUL DEPAN .....	i
<i>MAIN HOST</i> .....	ii
<i>CO-HOST</i> .....	iii
PROSIDING ABSTRAK .....	vi
PENANGGUNG JAWAB .....	vii
KOMITE REVIEWER .....	viii
KETUA FORUM MANAJEMEN INDONESIA PENGURUS PUSAT .....	ix
PRAKATA KETUA FMI 11 .....	x
KATA PENGANTAR .....	xi
RINGKASAN EKSEKUTIF .....	xii
DAFTAR ISI .....	xiv
<i>TABLE OF CONTENTS DRAFT</i> .....	xv
<i>TIME LINE</i> .....	Iv
<i>PARALLEL SESSIONS</i> .....	Ivii

## TABLE OF CONTENTS DRAFT

No	Topic	Title	Page
1.	Kewirausahaan Dan Inovasi Bisnis	<b>[ABS-34] Manajemen zakat dengan metode ziqat miskin</b> <i>Burhanuddin</i>	1
2.	Kewirausahaan Dan Inovasi Bisnis	<b>[ABS-45] Role of knowledge management, technology readiness and external environment in decision adopting e-business</b> <i>Lena Ellitan, Ninuk Muljani</i>	2
3.	Kewirausahaan Dan Inovasi Bisnis	<b>[ABS-55] Pendidikan kewirausahaan dan faktor psikologis dalam menumbuhkan calon wirausaha</b> <i>Zulhawati, Pujiastuti, Ifah Rofiqoh</i>	3
4.	Kewirausahaan Dan Inovasi Bisnis	<b>[ABS-57] Studi deskriptif: analisis literasi keuangan pada umkm kota bandung (studi kasus kecamatan: antapani, gedebage dan sumur bandung)</b> <i>Asni Harianti, Maya Malinda, Miki Tjandra, Olivia Vania Olius</i>	4
5.	Kewirausahaan Dan Inovasi Bisnis	<b>[ABS-74] Karakteristik umkm makanan olahan dan restoran sebagai pendukung wisata kuliner di provinsi bangka belitung</b> <i>Kania Ratnasari, Levyda, Giyatmi</i>	5
6.	Kewirausahaan Dan Inovasi Bisnis	<b>[ABS-76] Understanding barriers to innovation and its linkage to indonesian firms' openness decision</b> <i>Arif Hartono</i>	6
7.	Kewirausahaan Dan Inovasi Bisnis	<b>[ABS-77] Pengaruh inovasi hijau terhadap kesuksesan produk hijau yang di mediasi oleh keunggulan kompetitif produk hijau (studi empiris pada industri batik di yogyakarta)</b> <i>Nurfudin Kurniawan, Siti Nursyamsiah</i>	7
8.	Kewirausahaan Dan Inovasi Bisnis	<b>[ABS-78] Akuntansi umkm digital samarinda</b> <i>Fenty Fauziah, Rinda Sandayani Karhab, Sri Wahyuni Jamal</i>	8
9.	Kewirausahaan Dan Inovasi Bisnis	<b>[ABS-91] Orientasi kewirausahaan usaha kecil menengah : suatu pendekatan fenomenologi pada umk konveksi di jawa timur</b> <i>Ernani Hadiyati</i>	9

10.	Kewirausahaan Dan Inovasi Bisnis	<b>[ABS-99] Pengembangan kewirausahaan berbasis potensi lokal pada usaha kerajinan tanggui kelurahan alalak kecamatan banjarmasin utara kota banjarmasin</b>  <i>Fadma Yulianti, Rofiqah Wahdah</i>	10
11.	Kewirausahaan Dan Inovasi Bisnis	<b>[ABS-113] Analisis situasi dan strategi pengembangan kue jipang di desa antajaya kecamatan tanjung sari kabupaten bogor</b>  <i>Nurhayati, Immas, Suharti, Titing</i>	11
12.	Kewirausahaan Dan Inovasi Bisnis	<b>[ABS-125] Pengaruh lingkungan, pendidikan kewirausahaan, dan pengalaman berwirausaha terhadap minat berwirausaha mahasiswa di politeknik negeri malang (studi pada program mahasiswa wirausaha)</b>  <i>Ayu Sulasari</i>	12
13.	Kewirausahaan Dan Inovasi Bisnis	<b>[ABS-129] Peran moderasi dari pendidikan kewirausahaan terhadap hubungan antara elemen-elemen <i>theory of planned behavior</i> (tpb) dan niat berwirausaha</b>  <i>Sisnuhadi</i>	13
14.	Kewirausahaan Dan Inovasi Bisnis	<b>[ABS-134] Pengaruh <i>knowledge sharing</i> terhadap perilaku inovasi dan kinerja entrepreneur umkm batik di surabaya</b>  <i>Nur Laily, Dyah Poespita Ernawati</i>	14
15.	Kewirausahaan Dan Inovasi Bisnis	<b>[ABS-153] Efikasi diri wirausaha sebagai pemediasi dalam pengaruh kualitas pengajaran kewirausahaan terhadap niat wirausaha gaya hidup</b>  <i>Robiansyah, Heni Rahayu Rahmawati</i>	15
16.	Kewirausahaan Dan Inovasi Bisnis	<b>[ABS-186] Penggunaan kanvas model bisnis untuk merumuskan model bisnis pada toko game <i>online asuna store</i></b>  <i>Rico Saktiawan Jang Jaya, Ariya Tetuka Puspayuda, Arini Nur Husniati</i>	16
17.	Kewirausahaan Dan Inovasi Bisnis	<b>[ABS-196] Pendidikan kewirausahaan dan niat berwirausaha: studi empiris pada mahasiswa fakultas ekonomi universitas methodist indonesia</b>  <i>Winarto, Jon Henri Purba</i>	17
18.	Kewirausahaan Dan Inovasi Bisnis	<b>[ABS-243] Pengaruh pemahaman, kesadaran dan sosialisasi pajak terhadap kepatuhan pemilik usaha mikro, kecil dan menengah dalam memenuhi kepatuhan wajib pajak</b>  <i>Yohana Felisbella Rysze, Xaveria Indri Prasasyaningsih, Putriana Kristanti</i>	18

19.	Kewirausahaan Dan Inovasi Bisnis	<b>[ABS-254] Model penguatan psikosocioekonomi masyarakat adat (kajian fenomenologi tentang pemberdayaan masyarakat adat mentawai)</b> <i>Margaretha Ardhanari, Gratianus Edwi Nugrohadi</i>	19
20.	Kewirausahaan Dan Inovasi Bisnis	<b>[ABS-280] Pengaruh motivasi kewirausahaan, kreativitas kewirausahaan, dan <i>self efficacy</i> terhadap minat berwirausaha di kalangan mahasiswa</b> <i>Shita Lusi Wardhani, Septian Dwi Cahyo</i>	20
21.	Kewirausahaan Dan Inovasi Bisnis	<b>[ABS-307] Peran norma subyektif dan motivasi pengusaha terhadap keputusan pembiayaan utang ukm</b> <i>Ni Made Suci, Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi</i>	21
22.	Kewirausahaan Dan Inovasi Bisnis	<b>[ABS-308] Analisis faktor yang mempengaruhi intensi kewirausahaan mahasiswa d3 ekonomi fakultas ekonomi universitas islam indonesia</b> <i>Maisaroh Maisaroh</i>	22
23.	Kewirausahaan Dan Inovasi Bisnis	<b>[ABS-326] Pengaruh intensitas kewirausahaan dan fleksibilitas strategi terhadap peningkatan aktivitas inovasi untuk mengatasi turbulensi lingkungan</b> <i>Sumiati, Raditha Hapsari</i>	23
24.	Kewirausahaan Dan Inovasi Bisnis	<b>[ABS-368] Peningkatan ekonomi masyarakat desa pao melalui pengembangan agrowisata</b> <i>Indrayani Nur, Syafri</i>	24
25.	Kewirausahaan Dan Inovasi Bisnis	<b>[ABS-377] Peran inovasi <i>exploitative</i> pada peningkatan kinerja usaha kecil menengah sektor ekonomi kreatif malang raya: sebuah tinjauan empiris</b> <i>Ananda Sabil Hussein</i>	25
26.	Kewirausahaan Dan Inovasi Bisnis	<b>[ABS-383] <i>The significance level of food ordering frequency using food ordering mobile application feature in samarinda seberang</i></b> <i>Said Keliwar, Eman Sukmana</i>	26
27.	Kewirausahaan Dan Inovasi Bisnis	<b>[ABS-387] Model <i>empowerment</i> dalam membangun kesadaran masyarakat melalui pelatihan pengelolaan sampah (studi kasus pada desa ciapus kecamatan banjaran kabupaten bandung)</b> <i>Dian Wahyuningsih, Puty Harissa</i>	27
28.	Kewirausahaan Dan Inovasi Bisnis	<b>[ABS-421] Perbandingan tingkat karakter wirausaha mahasiswa jurusan teknik dan sosial setelah mengikuti pendidikan kewirausahaan</b> <i>Anik Kusmintarti, Sidik Ismani, Andi Asdani</i>	28

29.	Kewirausahaan Dan Inovasi Bisnis	<b>[ABS-473] <i>Product quality development, product design and marketing on-line based on training and accompaniment</i></b> <i>Ita Rifiani Permatasari</i>	29
30.	Kewirausahaan Dan Inovasi Bisnis	<b>[ABS-482] Adopsi teknologi sebagai implementasi dimensi inovasi dalam entrepreneurial marketing yang mampu meningkatkan kinerja operasional usaha mikro dan kecil</b> <i>Kukuh Lukiyant, Yohanes Kuleh</i>	30
31.	Kewirausahaan Dan Inovasi Bisnis	<b>[ABS-494] <i>Instilling entrepreneurship values through entrepreneurship education for students</i></b> <i>Pribanus Wantara, S. Anugrahini Irawati, Muhammad Tambrin</i>	31
32.	Kewirausahaan Dan Inovasi Bisnis	<b>[ABS-498] Perilaku kewirausahaan terhadap perspektif kinerja usaha pedagang pasar tradisional</b> <i>Endang Sungkawati, Ratnawati, Claudia Anita Soeleiman</i>	32
33.	Kewirausahaan Dan Inovasi Bisnis	<b>[ABS-499] Strategi peningkatan daya saing umkm kutai kartanegara</b> <i>Indah Martati, Suminto, Dyah Kusrihandayani</i>	33
34.	Kewirausahaan Dan Inovasi Bisnis	<b>[ABS-509] Pengaruh pengetahuan kewirausahaan dan praktek usaha terhadap motivasi berwirausaha</b> <i>Ignatius Soni Kurniawan, Teguh Erawati,</i>	34
35.	Kewirausahaan Dan Inovasi Bisnis	<b>[ABS-519] <i>Empowering women entrepreneurs of smes in 's facing the 4.0 industrial revolution through e-commerce business: co-creation experience based modeling</i></b> <i>Ginta Ginting</i>	35
36.	Kewirausahaan Dan Inovasi Bisnis	<b>[ABS-528] <i>Social entrepreneur in tanjung morawa sub-district, deli serdang district</i></b> <i>Ritha F Dalimunthe, Zulfendri, Frida Ramadini</i>	36
37.	Kewirausahaan Dan Inovasi Bisnis	<b>[ABS-544] Analisis determinan daya saing dan kinerja usaha kecil dan menengah di kota makassar</b> <i>Syarifuddin Sulaiman, Tuntas Widyo Soenanto</i>	37
38.	Kewirausahaan Dan Inovasi Bisnis	<b>[ABS-547] <i>The influence of industry 4.0 and firm's level characteristics toward business model innovation and its impact on performance</i></b> <i>Triyono Arief Wahyudi, Donant Alananto Iskandar</i>	38
39.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-5] <i>Brand value dan nilai perusahaan dalam menciptakan pendapatan operasional bagi perusahaan perbankan terbuka</i></b> <i>Rosemarie Sutjiati Njotoprajitno, Mathius Tandiontong</i>	1

40.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-6] Pengaruh <i>share turnover</i> terhadap <i>return</i> saham: studi pada perusahaan-perusahaan terbuka yang terdaftar di be</b> <i>Mathius Tandiontong, Rosemarie Sutjiati Njotoprajitno</i>	2
41.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-7] Pengaruh <i>intellectual capital, rate of growth of intellectual capital</i> dan pengungkapannya terhadap kinerja keuangan perusahaan</b> <i>Chatarina Setyani Aswojo Putri, Nurfauziah</i>	3
42.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-11] Korelasi rasio keuangan terhadap harga saham di perusahaan sektor properti</b> <i>Rifki Khoirudi, Uswatun Khasanah</i>	4
43.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-18] <i>Board diversity and profitability in small-cap companies at indonesia stock exchange</i></b> <i>Sri Hasnawati</i>	5
44.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-22] Hubungan interaktif antara harga logam mulia dan <i>jakarta islamic stock index</i></b> <i>Roni Padliansyah, Ahmad Juliana</i>	6
45.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-24] <i>Corporate governance dan enterprise risk management</i> kasus pada perusahaan keluarga</b> <i>Pratiwi Ismi Giarti, Sutrisno</i>	7
46.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-28] Pengambilan keputusan investasi saham metode <i>capital asset pricing model (capm)</i> (sektor perbankan periode agustus 2016- juli 2018)</b> <i>Erric Wijaya, Alecia Ferrari</i>	8
47.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-36] Ukuran perusahaan sebagai faktor pemoderasi hubungan profitabilitas dan pertumbuhan perusahaan terhadap struktur modal</b> <i>Akhmadi, Siti Epa Hardiyanti</i>	9
48.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-37] <i>Fenomena the day of the week effect</i> di bursa efek indonesia</b> <i>Nur Wakhidah, Abdur Rafik</i>	10
49.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-39] Analisis pengujian peningkatan literasi keuangan (studi pendahuluan dari hasil pelatihan pengelolaan keuangan)</b> <i>Maya Malinda, Asni Harianti, Miki Tjandra, Meryana</i>	11
50.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-41] Analisis perbedaan likuiditas saham dan <i>return</i> saham sebelum dan sesudah <i>stock split</i> pada perusahaan yang terdaftar di bursa efek indonesia</b> <i>Agus Mulyana, Mirza Hedismarlina Yuneline</i>	12

51.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-49] Analisis pengaruh hari perdagangan terhadap <i>return</i> saham perusahaan Iq 45 di bursa efek indonesia</b> <i>Anita Rahman Pratiwi, Sri Mulyati</i>	13
52.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-53] Analisa korelasi dinamis dan kausalitas pasar ekuitas negara asean 6 dan amerika serikat</b> <i>Ossi Ferli</i>	14
53.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-61] Pengaruh variabel makroekonomi dan harga komoditas terhadap indeks harga saham sektoral pertambangan di bursa efek indonesia</b> <i>Irwan Rosadi, Ardi Paminto, Yana Ulfah</i>	15
54.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-69] Pengaruh literasi keuangan dan toleransi risiko terhadap perencanaan pensiun (studi pada pegawai negeri sipil di kota ciamis)</b> <i>Kartini, Jerry Febrian Ramadhan</i>	16
55.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-70] Pengaruh <i>financial literacy</i>, <i>overconfidence</i>, <i>locus of control</i> dan <i>financial self efficacy</i> terhadap <i>investment decision</i></b> <i>Agus Zainul Arifin</i>	17
56.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-73] Adakah hubungan non-linier antara investasi dalam kredit perdagangan dan profitabilitas? studi empiris pada sektor industri dasar dan kimia di indonesia</b> <i>Lukas Purwoto</i>	18
57.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-84] <i>Who has the upper hand? Islamic stock or conventional counterpart</i></b> <i>Rohmini Indah Lestari, Julia Safitri</i>	19
58.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-85] <i>Corporate governance</i> dan pengungkapan risiko pada perusahaan perbankan indonesia</b> <i>D. Agus Harjito, Safitri Maharni Yusuf</i>	20
59.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-86] Pengaruh <i>insider ownership</i>, <i>debt to equity ratio</i>, <i>return on equity</i> dan <i>dividend payout ratio</i> terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur di indonesia</b> <i>Luthfian Taufik Mufida, D. Agus Harjito</i>	21
60.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-92] Kinerja lingkungan, pengungkapan lingkungan, dan nilai perusahaan: studi empiris perusahaan non keuangan di bursa efek indonesia</b> <i>Mohamad Nur Utomo, Kaujan</i>	22

61.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-94] Pembentukan model prediksi kesulitan keuangan dengan <i>intellectual capital</i> pada perusahaan yang bergerak di sub sektor hotel, restoran dan pariwisata yang listing di bursa efek indonesia periode 2012-2018</b> <i>M. Sienly Veronica</i>	23
62.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-95] <i>Disposition effect</i> dan momentum saham-saham perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek indonesia</b> <i>Widuri Kurniasari, Nadya Ramadi</i>	24
63.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-103] <i>Day-of-the-week effect on foreign exchange market volatility: evidence from indonesia</i></b> <i>I Made Surya Negara Sudirman</i>	25
64.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-104] Pengaruh <i>intellectual capital</i> terhadap kinerja keuangan perbankan syariah di indonesia</b> <i>Maryam Nadir, Fatmawati Lestari</i>	26
65.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-114] Determinasi ketepatan publikasi laporan keuangan pada seluruh perusahaan yang terdaftar di bursa efek indonesia tahun 2014 – 2016</b> <i>Fadhel Muhammad Akbar, Anita Handayani</i>	27
66.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-118] Analisis struktur modal dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderating pada perusahaan yang tergabung dalam Iq-45 bursa efek indonesia (bei)</b> <i>Nurjanti Takarini, Leni Dewi Safitri</i>	28
67.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-123] Pengaruh <i>der</i>, <i>firm size</i>, dan kepemilikan manajerial terhadap return saham industri logam yang terdaftar di bei</b> <i>Ali Sadikin</i>	29
68.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-126] Pengaruh program pemberdayaan anggota terhadap kesejahteraan anggota pada koperasi kredit (cu) di jawa timur</b> <i>Nekhasius Agus Sunarjanto, Cicilia Erna Susilawati, Elisabeth Supriharyanti</i>	30
69.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-127] Dampak kebijakan pendanaan dan modal kerja terhadap kemampuan produksi dan kinerja keuangan usaha mikro, kecil dan menengah di kota makassar</b> <i>Budiandriani, Mahfud Nurnajamuddin, Andi Nirwana Nur</i>	31

70.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-137] Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi abnormal return saham pada perusahaan lq45 yang terdaftar di bursa efek Indonesia</b> <i>Dharmayanti Pri Handini ,Muchlis Mas'ud , Mamlu'atus Sa'adah</i>	32
71.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-148] <i>Growth opportunity</i> sebagai variabel moderasi pada hubungan pengaruh kebijakan dividen dan kepemilikan institusional terhadap nilai perusahaan</b> <i>Diana Indah Oktaviani, Tri Kartika Pertiwi</i>	33
72.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-149] Pengaruh struktur modal, profitabilitas, kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan melalui good corporate governance sebagai variabel intervening</b> <i>Tri Purwani, Siti Nurul Koriah</i>	34
73.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-151] <i>The effect of company capabilities reviewed from financial aspect on consumer goods stock prices</i></b> <i>Fandi Kharisma</i>	35
74.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-156] Pembentukan portofolio optimal menggunakan metode <i>data envelopment analysis (dea)</i> dan indeks tunggal (<i>single index model</i>)</b> <i>Surya Darmawan, Sholeh Kurniawan</i>	36
75.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-157] Kinerja keuangan bank syariah di indonesia</b> <i>Sofia Ulfa Eka Hadiyanti, Idham Cholid, Suwoko</i>	37
76.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-158] Analisis faktor faktor yang mempengaruhi <i>financial distress</i></b> <i>Prasetiono</i>	38
77.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-164] Pengaruh <i>size, leverage, profitability</i> dan <i>age</i> terhadap <i>intellectual capital disclosure</i> (studi pada perusahaan sektor consumer goods industry yang terdaftar di bursa efek indonesia periode 2012-2016)</b> <i>Justina Ade Judiarni, Novita Andriyana</i>	39
78.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-165] Pengaruh cr, dar, der, dan tato terhadap profitabilitas pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di bursa efek indonesia</b> <i>Nurlia, Nur Aida</i>	40
79.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-167] Faktor-faktor determinan pengelolaan keuangan pribadi buruh migran indonesia di hongkong</b> <i>Caecilia Wahyu Estining Rahayu, Christina Heti Tri Rahmawati</i>	41

80.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-170] Dampak leverage terhadap financial distress dengan capital intensity sebagai variabel moderasi pada perusahaan di bursa efek indonesia</b> <i>Yuni Saraswati, Michael Hadjaat, Rizky Yudaruddin</i>	42
81.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-175] Bagaimana corporate governance memoderasi profitabilitas, size dan growth terhadap nilai perusahaan</b> <i>Azhar Latief, Sri Wahyuni Jamal</i>	43
82.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-179] Pengaruh pengetahuan keuangan, sikap keuangan dan kepribadian terhadap perilaku manajemen keuangan pada pelaku umkm makanan khas coto makassar di kota makassar</b> <i>Khairina Rosyadah, Budiandriani, Amiruddin</i>	44
83.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-182] Pengaruh kinerja keuangan terhadap kesejahteraan anggota melalui program pemberdayaan pada koperasi kredit (cu) di jawa timur</b> <i>Nekhasius Agus Sunarjanto, Cicilia Erna Susilawati, Cyrillius Martono</i>	45
84.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-185] Keunggulan bersaing pada umkm di kabupaten sleman daerah istimewa yogyakarta dan faktor yang mempengaruhi</b> <i>Reza Widhar Pahlevi</i>	46
85.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-190] Pengaruh faktor internal dan eksternal terhadap risiko kredit bank umum konvensional yang terdaftar di bursa efek indonesia</b> <i>Mela Puspita Andikaningtyas, Zaenal Arifin</i>	47
86.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-193] Pengaruh profitabilitas dan struktur aktiva terhadap struktur modal perusahaan manufaktur sub sektor kabel yang terdaftar di bei tahun 2008–2018</b> <i>Deni Sunaryo, Denny Kurnia, Nivia Trisilia</i>	48
87.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-197] Upaya kinerja perbankan syariah terhadap pengaruh capital, asset quality, management, earning dan liquidity</b> <i>Yusri, Humaidi, Dyah Sri Wulandari, Maya Rezeki Angriani</i>	49
88.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-200] Pengendalian keluarga terhadap nilai perusahaan dengan struktur modal sebagai variabel intervening</b> <i>Umi Murtini</i>	50

89.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-207] Ketidakpastian permintaan, investasi penyesuaian versus investasi penggantian, dan nilai perusahaan: siakp manajer terhadap risiko sebagai variabel moderasi. perspektif teori real option</b> <i>Nur Khusniyah Indrawati</i>	51
90.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-210] <i>The impact of overcash and corporate governance on dividend policy: evidence from the indonesian listed firms</i></b> <i>Abdul Moin</i>	52
91.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-214] Pengaruh <i>agency conflict</i> terhadap kebijakan dividen (studi empiris pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek indonesia periode tahun 2013-2017)</b> <i>Agustinus Hilmi Yogo, Theresia Diah Widiastuti</i>	53
92.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-220] <i>Jokowi effect</i> pada saham sektor infrastruktur (fakta: pemilihan presiden 2014 dan 2019)</b> <i>Ika Rosyada Fitriati, Sri Sudarsi</i>	54
93.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-222] Penggabungan usaha: efektif dan efisienkah ?</b> <i>Hari Sukarno, Ellisa Ajeng Ayuningsari</i>	55
94.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-230] Faktor-faktor yang mempengaruhi <i>excess return</i> dengan pendekatan model tiga faktor <i>fama-french</i></b> <i>Yudhia Mulya, Oktori Kiswati Zaini, Sri Hidajati Ramdani</i>	56
95.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-233] Interaksi fundamental variabel dan inflasi terhadap harga saham Iq 45 di bursa efek indonesia</b> <i>Renea Shinta Aminda, Indupurnahayu, Zulfan Fadila</i>	57
96.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-234] Perbandingan kinerja portofolio 5 <i>mutual fund</i> antara negara amerika dan jepang dengan metode <i>alpha jensen</i></b> <i>Renea Shinta Aminda, Indupurnahayu</i>	58
97.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-237] Perbedaan abnormal <i>return</i> saham setelah <i>ex dividend date</i> di pt. telkom, tbk</b> <i>Indupurnahayu Sunariaman, Renea Shinta Aminda</i>	59
98.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-242] <i>Speed of adjustment</i> pada struktur modal: analisis berdasarkan siklus hidup perusahaan di indonesia</b> <i>Cicilia Erna Susilawati, Rosalina Wijayanti, Cyrillius Martono</i>	60

99.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-253] Mediating role kinerja keuangan dalam hubungan intellectual capital dan good corporate governance pada nilai perusahaan bank konvensional di indonesia</b> <i>Ana Kadarningsih, Dian Prawitasari, Yunita Dwi Cahyani, Maaz Ud Din</i>	61
100.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-260] Moderation efek systematic risk pada book market terhadap kepemilikan asing</b> <i>Musdaifah Azis, Michael Hadjaat, Nurpaisari</i>	62
101.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-262] Analisis tanggung jawab sosial dan kinerja keuangan womenpreneur muslim di kota batu</b> <i>Hanif Rani Iswari, Dian Candra Dewi, Retria</i>	63
102.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-266] Pengaruh good corporate governance dan corporate social responsibility terhadap kinerja keuangan dan nilai perusahaan pada perusahaan sektor pertambangan yang tercatat di bursa efek indonesia</b> <i>Hasrullah, Ardi Paminto, Yana Ulfa</i>	64
103.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-268] Model indeks tunggal sebagai pengambilan keputusan investasi pada perusahaan Iq-45</b> <i>Dian Prawitasari, Ana Kadarningsih, Yeni Amelia</i>	65
104.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-274] Memahami konsep keputusan investasi secara bijak untuk meningkatkan nilai perusahaan dengan memilih kombinasi proyek-proyek independen dalam capital rationing</b> <i>Y. Supriyanto</i>	66
105.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-297] Return on equity, earning per share, debt to equity ratio, risiko terhadap harga saham dan dampaknya pada return saham di indonesia</b> <i>Sri Sudarsi, Andi Kartika, Ika Rosyada Fitriati</i>	67
106.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-299] Tingkat literasi keuangan dan penerapan inklusif keuangan pada usaha mikro dan kecil di kota semarang</b> <i>Eny Trimeiningrum, Meniek Sringing Prapti, Wisnu Djati Sasmita</i>	68
107.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-300] Kebijakan hutang, intensitas persediaan dan intensitas aset tetap mempengaruhi penghindaran pajak</b> <i>Vidiyanna Rizal Putri</i>	69
108.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-305] Pengaruh remunerasi eksekutif terhadap kinerja dan nilai perusahaan</b> <i>Insiwijati P, Bambang Purnomo H</i>	70

109.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-310] Pengaruh <i>likuiditas, solvabilitas, dan economic value added (eva)</i> terhadap reaksi pasar pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bei</b> <i>Masdar, Zaenal Arifin, Suriyanti</i>	71
110.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-316] Pengaruh <i>return on asset (roa), debt to equity ratio (der), dan earning per share (eps)</i> terhadap harga saham pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek indonesia</b> <i>A. Nirwana Nur, Dahlia</i>	72
111.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-322] Menguji perbandingan kinerja perbankan sesudah krisis global 2008 berdasarkan pada kepemilikan, intervensi asing, dan modal inti</b> <i>Muhammad Mubarak, Nurulfajri Erdiansyah, Arif Singapurwoko</i>	73
112.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-324] Pengaruh <i>ldr</i> dan komponen <i>rgec</i> terhadap <i>return</i> saham pada perusahaan perbankan yang terdaftar di bursa efek indonesia (bei) tahun 2015 - 2017</b> <i>Nur Aini, Yeye Susilowati, Agus Murdianto, Nur Fitriah</i>	74
113.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-325] Prediksi <i>financial distress</i> pada perusahaan manufaktur tahun 2015-2017</b> <i>Titiek Suwarti, Listyorini Wahyu Widati, Yeye Susilowati, Riza Nafiah Firdaus</i>	75
114.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-327] Faktor-faktor yang mempengaruhi ketepatan waktu penyampaian laporan keuangan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek indonesia periode 2016-2018</b> <i>Ida Nurhayati, Andi Kartika, Warningsih</i>	76
115.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-337] <i>Independency sharia banks against conventional banks "analysis of mudharabah deposits on conventional bank interest rate" period january 2010 – november 2018</i></b> <i>Isbandini Veterina</i>	77
116.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-342] Sinyal keuntungan dari <i>cum date emiten</i> berkode <i>ggrm</i></b> <i>Mellisa Fitri, Andriyani Muzakir</i>	78
117.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-343] Komparasi akuntabilitas pengelolaan dana desa di desa puro dan kedung waduk kecamatan karangmalang kabupaten sragen tahun 2018</b> <i>Gregorius Nasiansenus Masdjojo, Rizky Maulida</i>	79

118.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-345] Pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas dan reputasi audit terhadap <i>audit delay</i> (studi empiris pada perusahaan Iq45 yang terdaftar di bursa efek Indonesia tahun 2015-2017)</b> <i>Ceacilia Srimindarti, Nurul Noviani, Pancawati Hardiningsih</i>	80
119.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-350] Kebijakan dividen memediasi pengaruh profitabilitas, <i>leverage</i>, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan</b> <i>Listyorini, Titiek Suwanti, Wardjono</i>	81
120.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-354] Studi komparasi performa keuangan bank syariah Indonesia dan bank syariah Malaysia: bank syariah mana yang lebih baik ?</b> <i>Im Hilman</i>	82
121.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-355] Model pendampingan integrative berkelanjutan bagi pelaku bisnis ekonomi kreatif untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak</b> <i>Jeni Susyanti, Siti Aminah Anwar</i>	83
122.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-365] Harga saham dan determinannya: Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur di Indonesia</b> <i>Andi Kartika, Achmad Badjuri, Tjahjaning Poerwati, Cahyani Nuswandari</i>	84
123.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-366] Adakah perilaku herding pada kondisi bearish dan bullish pada pasar saham Indonesia ?</b> <i>Mukti Trio Putra, Fitri Santi</i>	85
124.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-375] Analisis profitabilitas pada UMKM (studi kasus pada usaha mikro XYZ di Sukoharjo)</b> <i>Khoirina Noor Anindya</i>	86
125.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-386] Pengaruh kredit bermasalah terhadap perputaran kas pada koperasi CU Dharma Bakti</b> <i>R. Sri Handayani</i>	87
126.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-390] Faktor penentu penyaluran kredit perbankan pada bank umum di Indonesia</b> <i>Nunung Ghoniyah, Ayunda Ratna Setyowati</i>	88
127.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-396] faktor-faktor yang mempengaruhi investor memilih saham syariah (studi pada galeri investasi di Samarinda)</b> <i>Mihani</i>	89
128.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-403] analisis pengaruh kapitalisasi pasar dan rasio keuangan terhadap return saham</b> <i>A. Sri Wahyudi, Beny, Daniel</i>	90

129.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-405] analisa harga saham dan faktor-faktor yang mempengaruhinya pada perusahaan sektor industri property, real estate and building construction di bursa efek indonesia</b> <i>Tita, Nila and Annisah</i>	91
130.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-407] Perancangan Aplikasi Pencatatan Keuangan "Firec 1.0" Berbasis Android Bagi Perguliran Dana Mikro Pada Kelompok Masyarakat</b> <i>Budiman, Dyah Mieta Setyawati, Lilis Ratnasari</i>	92
131.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-414] <i>dividend payout ratio</i> dan faktor yang mempengaruhinya pada perusahaan makanan dan minuman di bursa efek indonesia 2011-2018</b> <i>Tita Deitiana, Steven Yap, Ersania</i>	93
132.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-423] Analisis ekspor dan intensitas r&amp;d terhadap kinerja keuangan perusahaan eksportir di bursa efek indonesia</b> <i>Siti Aisjah, Sabila Rahmadita</i>	94
133.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-425] <i>corporate social responsibility disclosure</i> pada perusahaan manufaktur</b> <i>Timotius Eva, Yulius Kurnia Susanto</i>	95
134.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-426] <i>the influence of average tax rate, size, growth, fixed asset ratio, financial leverage, and working capital, on profitability in food and beverage companies listed in indonesia stock exchange period 2004-2014</i></b> <i>Erika Jimena Arilyn, Beny, Fransisca</i>	96
135.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-431] Analisis pengaruh kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan dengan corporate ownership sebagai variabel moderasi (studi pada perusahaan manufaktur di bursa efek indonesia)</b> <i>Sugeng Sulistiono, Yusna</i>	97
136.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-432] faktor-faktor yang mempengaruhi <i>corporate social responsibility disclosure</i> pada perusahaan yang terdaftar di indeks sri-kehati periode 2010-2018</b> <i>Stella, Emir Kharismar, Debby Irwan Putri</i>	98
137.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-434] Determinan kebijakan dividen pada perusahaan informasi dan komunikasi di indonesia dan singapura</b> <i>Nurhayati, Balqis Fajriati</i>	99

138.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-438] Apakah faktor eksternal memprediksi <i>underpricing</i> lebih baik dibandingkan faktor internal ? studi initial publik offering di bei tahun 2009-2017</b>	100
		<i>Saefudin, Tri Gunarsih</i>	
139.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-446] <i>Determinant of corporate tax avoidance on stock price reaction: case from foreign companies in indonesia</i></b>	101
		<i>Kusuma Ratnawati</i>	
140.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-451] Peranan corporate social responsibility untuk memperkuat pengaruh profitabilitas dan kepemilikan institusional terhadap nilai perusahaan</b>	102
		<i>Risna Wijayanti, Salsabiila Saniyyah</i>	
141.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-452] Analisis studi kelayakan bisnis rumah potong hewan di kota sangatta</b>	103
		<i>Kaharuddin, Riduansah</i>	
142.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-455] Pengaruh perilaku kawanan (<i>herding</i>) dan faktor sosial dalam keputusan pengambilan kredit dalam umkm</b>	104
		<i>Nungki Pradita, Kristina Anindita Hayuningtias</i>	
143.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-459] Pengaruh ukuran perusahaan, konsentersasi kepemilikan, dan tipe auditor terhadap pengungkapan modal intelektual, studi kasus perusahaan pertambangan</b>	105
		<i>Willy Chandra, F. Defung, Rizky Yudaruddin</i>	
144.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-460] pergantian kap secara sukarela pada perusahaan non keuangan di bursa efek indonesia</b>	106
		<i>Caren Putri, Arya Pradipta</i>	
145.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-467] Asimetri informasi terhadap manajemen laba dan good corporate governance sebagai variabel pemoderasi pada perusahaan lq 45</b>	107
		<i>Jannati Tangngisalu, Edy Jumady, Syamsul</i>	
146.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-474] Analisis hubungan kebijakan stuktur modal dengan aktifitas investasi pada perusahaan yang tergabung pada <i>jakarta islamic index (jii)</i></b>	108
		<i>Muwidha, Elvyra, Himmah</i>	
147.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-487] Pengaruh diversifikasi pendapatan dan risiko eksternal terhadap kinerja bank dan harga saham perbankan yang terdaftar di bursa efek indonesia</b>	109
		<i>Devi Apriani, Tetra Hidayati, Anis Rachma Utary</i>	

148.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-493] Perilaku investasi bitcoin</b> <i>Ahmad Adriansyah, Try Fajar Win Suconingrum</i>	110
149.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-510] Pengaruh <i>earning per share, debt to equity ratio, total asset turnover</i> terhadap <i>return on assets</i> (studi pada sub sektor hotel, restoran dan pariwisata yang terdaftar di bei periode 2013-2017)</b> <i>Dian Primanita Oktasari</i>	111
150.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-525] pengaruh rasio keuangan terhadap perubahan laba pada perusahaan perbankan yang terdaftar di bursa efek indonesia periode 2008 - 2018</b> <i>Yulius Gessong, Rafiqoh</i>	112
151.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-533] Pengaruh pengetahuan keuangan terhadap perilaku perencanaan investasi dengan sikap pengelolaan keuangan sebagai variabel mediasi (studi kasus pada generasi milenial di kota semarang)</b> <i>Opie Wiji Utami, Siti Puryandani</i>	113
152.	Manajemen Keuangan	<b>[ABS-542] Modal intelektual, ukuran perusahaan dan hutang terhadap biaya modal ekuitas pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman di indonesia</b> <i>M. Amin Kadafi</i>	114
153.	Manajemen Pemasaran	<b>[ABS-10] Perbedaan tingkat engagement konsumen berdasarkan tipe konten instagram</b> <i>Tony Wijaya, Agung Utama, Farlianto</i>	1
154.	Manajemen Pemasaran	<b>[ABS-19] Peran <i>e-satisfaction</i> sebagai variabel moderasi hubungan antara <i>e-service quality</i> dan <i>e-loyalty</i> konsumen <i>shopee</i></b> <i>Delfi Kristin, Wahyuningsih, Ponirin</i>	2
155.	Manajemen Pemasaran	<b>[ABS-43] Pengaruh dimensi ekuitas merek terhadap keputusan pemesanan hotel secara <i>online</i> melalui <i>traveloka</i> di kota denpasar</b> <i>I Wayan Santika, Komang Agus Satria Pramudana</i>	3
156.	Manajemen Pemasaran	<b>[ABS-46] Peran kepuasan dalam memediasi pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan</b> <i>Putu Pradipta Fajar Nugraha, Ketut Semnari</i>	4
157.	Manajemen Pemasaran	<b>[ABS-47] Analisis pengaruh citra merek, kualitas pelayanan, dan persepsi harga terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan <i>go ride</i> di yogyakarta</b> <i>Nyoman Mara Purna Wijaya, Ety Istriani</i>	5

158.	Manajemen Pemasaran	<b>[ABS-50] Peran inovasi memediasi pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja bisnis</b> <i>I Made Bayu Permana, Ni Made Rastini</i>	6
159.	Manajemen Pemasaran	<b>[ABS-51] Persepsi konsumen terhadap bauran ritel tradisonal dan modern di kijang kota</b> <i>Muhammad Handi Widiarta, Dwi Septi Haryani</i>	7
160.	Manajemen Pemasaran	<b>[ABS-63] Proses pengambilan keputusan pembelian pada konsumen mini market berbasis syariah</b> <i>Hanny Nurlatifah, Himayatul Aulia</i>	8
161.	Manajemen Pemasaran	<b>[ABS-64] Penerapan green marketing pada homestays desa wisata blimbingsari jembrana bali</b> <i>Ni Putu Dyah Krismawintari</i>	9
162.	Manajemen Pemasaran	<b>[ABS-65] Analisis pengaruh orientasi pembelajaran terhadap kinerja tenaga penjual melalui kerja cerdas, kemampuan jual, dan penjualan adaptif sebagai variabel intervening</b> <i>Mudiantono Soekirman, Randy Mahendra Putra, Suryono Budi Santosa</i>	10
163.	Manajemen Pemasaran	<b>[ABS-66] Faktor dukungan informasi dan responsif karyawan bank dalam layanan <i>internet banking</i></b> <i>Ronny, Mochamad Nurhadi, Aniek Maschudah Ilfitriah</i>	11
164.	Manajemen Pemasaran	<b>[ABS-68] Pengetahuan nasabah sebagai variabel moderasi dalam pengaruh citra dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah</b> <i>Euis Soliha, Alimuddin Rizal, Suzy Widayarsi, Niel Dhesta Cavalera</i>	12
165.	Manajemen Pemasaran	<b>[ABS-71] Perilaku pembelian <i>green product</i> pada generasi muda</b> <i>Khatleen Wijaya, Yasintha Soelasih</i>	13
166.	Manajemen Pemasaran	<b>[ABS-72] Pengaruh kualitas layanan terhadap kesetiaan dengan kepuasan sebagai variabel intervening (studi kasus pada pelanggan grab di kota yogyakarta)</b> <i>Hangga Yudha Kurnia, Murwanto Sigit</i>	14
167.	Manajemen Pemasaran	<b>[ABS-82] Analisis fitur – fitur pada aplikasi perbankan seluler yang mendorong terbentuknya keterikatan pelanggan serta dampaknya terhadap minat kelanjutan penggunaan (studi pada pengguna aplikasi perbankan seluler di kota semarang)</b> <i>Dina Yulita Husada, I Made Bayu Dirgantara</i>	15

168.	Manajemen Pemasaran	<b>[ABS-83] Mengukur minat penggunaan smartphone dikalangan pengrajin batik dan tekstil tradisional menggunakan pendekatan tam</b> <i>Heribertus Himawan, Yohan Wismantoro, Karis Widiyatmoko</i>	16
169.	Manajemen Pemasaran	<b>[ABS-89] Pengaruh fitur produk, nama merek, pengaruh sosial, pengorbanan produk dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian smartphone xiaomi (studi pada mahasiswa universitas muhammadiyah gresik)</b> <i>Wenti Krisnawati, Ahmat Dedi Prayogo</i>	17
170.	Manajemen Pemasaran	<b>[ABS-90] Atribut wisata halal sebagai peningkatan daya saing pariwisata</b> <i>Martaleni, Jose Rizal Joesoef, G. Budi Wahyono</i>	18
171.	Manajemen Pemasaran	<b>[ABS-100] Pengaruh <i>service quality</i> dan harga terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan go-jek di samarinda</b> <i>Nurfitriani, Adisthy Shabrina Nurqamarani, Eka Yudhyani</i>	19
172.	Manajemen Pemasaran	<b>[ABS-101] Peran kepuasan memediasi pengaruh kualitas layanan terhadap wom pada pengguna <i>e-commers</i> tokopedia di kota denpasar</b> <i>Ade Chandra Devi Savitri, I Gusti Ayu Ketut Giantari</i>	20
173.	Manajemen Pemasaran	<b>[ABS-106] Faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan <i>e-money</i></b> <i>Triesti Candrawati, R. Setiawan</i>	21
174.	Manajemen Pemasaran	<b>[ABS-109] <i>Adopsi is servqual</i> dan <i>user information satisfaction</i> terhadap <i>user satisfaction</i> dikalangan pengrajin tradisional batik dan tekstil klaten jawa tengah</b> <i>Yohan Wismantoro, Heribertus Himawan, Karis Widiyatmoko</i>	22
175.	Manajemen Pemasaran	<b>[ABS-115] Pengaruh pemanfaatan aplikasi <i>go-food</i> terhadap pendapatan pemilik usaha di kota samarinda</b> <i>Ivana Nina Esterlin Barus, Imam Nazarudin Latif, Mardiana</i>	23
176.	Manajemen Pemasaran	<b>[ABS-116] Pengaruh <i>store atmosphere</i> terhadap <i>perceiIved quality</i>, kepuasan, dan loyalitas pelanggan <i>boutique</i> di tarakan</b> <i>Marso, Rafiq Idris</i>	24

177.	Manajemen Pemasaran	<b>[ABS-117] Pengaruh <i>Observed Religiosity</i> Terhadap Intensi Keperilakuan Pelanggan Pada Jasa Keuangan Syariah</b> <i>Daru Asih</i>	25
178.	Manajemen Pemasaran	<b>[ABS-120] Pengaruh <i>corporate social responsibility</i> dan citra perusahaan pada kepuasan dan loyalitas pelanggan</b> <i>Ervin Sapto Nugroho, Muchsin Muthohar</i>	26
179.	Manajemen Pemasaran	<b>[ABS-122] Analisis pengaruh <i>threat emotion konsumen, brand trust, dan corporate image</i> pada keputusan penggunaan jasa</b> <i>Gusti Noorlitaria Achmad, Rahmawati</i>	27
180.	Manajemen Pemasaran	<b>[ABS-124] Memprediksi niat mengunjungi kembali <i>green hotel</i> dari persepsi nilai, risiko dan kepercayaan pelanggan</b> <i>I Gede Eka Arinatha, Jacobus Rico Kuntag</i>	28
181.	Manajemen Pemasaran	<b>[ABS-128] Online trust memediasi hubungan <i>e-servqual</i> dan <i>e-wom</i> dengan <i>purchase intention</i> pada pemesanan kamar hotel di online travel agent</b> <i>Christine Chlara Warkey, I Made Wardana</i>	29
182.	Manajemen Pemasaran	<b>[ABS-132] pengaruh trust dan information sharing terhadap relationship commitment pada <i>supply chain management</i></b> <i>Erick Karunia; Budi Hasyim; Shindi Gusti Nong</i>	30
183.	Manajemen Pemasaran	<b>[ABS-133] Analisis swot sebagai dasar untuk meningkatkan daya saing pada umkm kerajinan purun di banjarbaru</b> <i>Lydia Goenadhi, Fadma Yulianti</i>	31
184.	Manajemen Pemasaran	<b>[ABS-140] Kinerja pemasaran berbasis orientasi pasar serta inovasi produk pada industri mikro, kecil dan menengah makanan ringan di kabupaten subang</b> <i>Dwi Gemina, Endang Silaningsih, Karimatun Nisa</i>	32
185.	Manajemen Pemasaran	<b>[ABS-142] Analisis strategi pemasaran jasa pada hotel mirama balikpapan</b> <i>Stepanus Dedy Deomedes, Cornelius Prihandoyo</i>	33
186.	Manajemen Pemasaran	<b>[ABS-145] <i>Implementation of marketing mix strategy in teripang crackers msme's in gresik</i></b> <i>Rahmat Agus Santoso</i>	34
187.	Manajemen Pemasaran	<b>[ABS-146] Pola penerimaan transportasi online berdasarkan persepsi konsumen</b> <i>Hasyim, Rina Anindita</i>	35

188.	Manajemen Pemasaran	<b>[ABS-150] Pengaruh kredibilitas selebgram <i>endorser</i> dan <i>perceived value</i> terhadap <i>brand loyalty</i> melalui <i>brand trust</i> sebagai pemediasi pada produk kosmetik</b> <i>Devi Erianti, Sentot Suciarto Athanasius</i>	36
189.	Manajemen Pemasaran	<b>[ABS-154] Analisis keputusan pembelian nasabah melalui konsep bauran pemasaran pada perusahaan asuransi jiwa panin <i>dai-ichi life</i> di cabang kota samarinda</b> <i>Zainal Ilmi, Muhammad Syah Iran</i>	37
190.	Manajemen Pemasaran	<b>[ABS-155] <i>Consumer experiences, attitude</i> dan <i>behavioral intention</i> terhadap (<i>online food delivery</i>) di kota samarinda</b> <i>Doddy Adhimursandi</i>	38
191.	Manajemen Pemasaran	<b>[ABS-162] <i>Antecedent</i> perilaku konsumen dalam minat menggunakan uang elektronik di kota samarinda</b> <i>Heni Rahayu Rahmawati, Syarifah Hidayah</i>	39
192.	Manajemen Pemasaran	<b>[ABS-168] Pengaruh <i>perceived website quality</i> dan <i>habit</i>, terhadap niat membeli ulang dengan mediasi <i>trust</i> dan <i>perceived usefulness</i> pada fashion website retailer</b> <i>Lydia Ari Widyarini</i>	40
193.	Manajemen Pemasaran	<b>[ABS-173] Peran kredibilitas <i>endorser</i> dan kredibilitas merek terhadap ekuitas merek berbasis konsumen</b> <i>Ratri Amelia Aisyah</i>	41
194.	Manajemen Pemasaran	<b>[ABS-176] Pengaruh orientasi pasar dan keterlibatan pelanggan terhadap kinerja inovasi ukm manufaktur di bali</b> <i>Ni Made Wahyuni, I Made Sara, Ida Bagus Agung Dharmanegara</i>	42
195.	Manajemen Pemasaran	<b>[ABS-177] <i>Corporate branding, emotional attachment and brand loyalty: study case for millennial consumer</i></b> <i>Meilin Rusadi, Anas Hidayat</i>	43
196.	Manajemen Pemasaran	<b>[ABS-180] Kepercayaan, <i>customer intimacy</i> dan loyalitas nasabah</b> <i>I Nyoman Nurcaya</i>	44

197.	Manajemen Pemasaran	<b>[ABS-189] Peran karakteristik pengajar dan karakteristik materi pembelajaran dalam meningkatkan persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan pembelajaran <i>e-learning</i>: studi pada mahasiswa universitas airlangga</b>	45
		<i>Raras Kirana Wandira, Ratri Amelia Aisyah</i>	
198.	Manajemen Pemasaran	<b>[ABS-192] Peran kepuasan konsumen memoderasi interaksi strategi komunikasi pemasaran dengan kepercayaan merk</b>	46
		<i>Ros Indah Mawarti, Hedwigis Esti Riwayati</i>	
199.	Manajemen Pemasaran	<b>[ABS-203] Mengembangkan kualitas layanan bpjs kesehatan dengan pendekatan syar'i</b>	47
		<i>Kholis, Noor, Ratnawati, Alifah</i>	
200.	Manajemen Pemasaran	<b>[ABS-204] <i>Engagement religious</i>: konsep baru untuk meningkatkan partnership performance</b>	48
		<i>Ratnawati, Alifah</i>	
201.	Manajemen Pemasaran	<b>[ABS-205] Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universitas muslim indonesia makassar</b>	49
		<i>Serlin Serang, Suriyanti</i>	
202.	Manajemen Pemasaran	<b>[ABS-215] Analisis minat beli ulang produk <i>mc donald's</i>: pendekatan merek hijau</b>	50
		<i>Budi Astuti, Fauzia Olga Nugraheni</i>	
203.	Manajemen Pemasaran	<b>[ABS-218] Pengaruh <i>green marketing</i> dan <i>corporate social responsibility</i> terhadap keputusan pembelian produk <i>lifebuoy</i> pada masyarakat di kota denpasar-bali</b>	51
		<i>Putri Anggreni, Ni Wayan Suartini</i>	
204.	Manajemen Pemasaran	<b>[ABS-219] Strategi model pengembangan usaha sutera di kabupaten wajo</b>	52
		<i>Nuraeni Kadir, Abdul Razak Munir, Fauziah, Jumidah Maming</i>	
205.	Manajemen Pemasaran	<b>[ABS-224] Penerapan metode <i>fault tree analysis</i> (fta) dan <i>failure mode and effect analysis</i> (fmea) dalam pengendalian kualitas produk (kasus pada komponen bladder PT. Dharma Medipro)</b>	53
		<i>Diqbal Satyanegara, Asmi Ayuning Hidayah, Ade Hermansyah</i>	

			54
206.	Manajemen Pemasaran	<b>[ABS-226] Pandangan islam terhadap penjualan makanan dan minuman pada pusat perbelanjaan modern di kota gresik</b>	
		<i>Aditya Narendra Wardhana, Faizah Faradila Sari</i>	
207.	Manajemen Pemasaran	<b>[ABS-229] Implikasi dimensi kualitas jasa dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas pemilik mobil merek honda di kota tangerang</b>	55
		<i>Moses Lorensius Hutabarat, Sumarlin, Immanuel Christopher</i>	
208.	Manajemen Pemasaran	<b>[ABS-241] Srategi pemasaran desa wisata kampung bambu cisaat, banyuresmi pandeglang</b>	56
		<i>Widya Nur Bhakti Pertiwi, Mira Maulani Utami, H.E.R. Taufik</i>	
209.	Manajemen Pemasaran	<b>[ABS-244] Upaya peningkatan kepuasan pasien ditinjau dari bukti fisik, daya tanggap dan jaminan studi pada RSUD dr. soediran mangun sumarso, wonogiri</b>	57
		<i>Istiatin, Ratna Damayanti, Luhgiatno</i>	
210.	Manajemen Pemasaran	<b>[ABS-249] Identifikasi faktor pembentuk perilaku belanja konsumen dalam perspektif budaya jawa mataraman</b>	58
		<i>Gratianus Edwi Nugrohadi, Margaretha Ardhanari, Diyah Tulipa</i>	
211.	Manajemen Pemasaran	<b>[ABS-250] Pengaruh modal insani dan modal sosial terhadap produktivitas dan inovasi pemasaran dengan kinerja ukm sebagai variabel intervening</b>	59
		<i>Wahju Wulandari, Sodik.</i>	
212.	Manajemen Pemasaran	<b>[ABS-251] Analisis faktor mahasiswa memilih kuliah (penelitian pada mahasiswa fakultas ekonomika dan bisnis)</b>	60
		<i>R.A. Marlien, MS. Eric Santosa, Bambang Suteja</i>	
213.	Manajemen Pemasaran	<b>[ABS-256] Variabel – variabel yang berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan mancanegara dan implikasinya terhadap segmentasi pasar, targeting dan positioning (studi pada daerah tujuan wisata sulawesi-selatan).</b>	61
		<i>Jeni Kamase, Wahidah Amra</i>	
214.	Manajemen Pemasaran	<b>[ABS-257] Meningkatkan <i>brand equity</i> shopee melalui <i>endorser credibility</i></b>	62
		<i>Arum Wahyuni Purbohastuti, Muhammad Johan W, Solehatin Ika Putri</i>	

215.	Manajemen Pemasaran	<b>[ABS-258] Study generation z on halal purchasing decisions (case study: mcdonald's, south tangerang, indonesia)</b> <i>Arief Bowo Prayoga Kasmu, Pungky Karmila</i>	63
216.	Manajemen Pemasaran	<b>[ABS-259] Pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan berkunjung wisatawan di kota makassar, tahun 2017</b> <i>Rahmi Razak, Sahari Jafar</i>	64
217.	Manajemen Pemasaran	<b>[ABS-270] Persepsi atribut halal terhadap citra destinasi dan perilaku wisatawan (studi kasus pariwisata syariah)</b> <i>Meylia Indah Puspita, Ratna Roostika</i>	65
218.	Manajemen Pemasaran	<b>[ABS-275] Pengaruh lingkungan internal, terhadap kinerja perusahaan pada umkm / katering di kota makassar</b> <i>Ratna Dewi, Aryati Arfah</i>	66
219.	Manajemen Pemasaran	<b>[ABS-277] Pengembangan Strategi Pemasaran Musik Krumpyung sebagai Musik Bambu Pentatonis Hargowilis Kokap Kulon Progo</b> <i>Sheellyana Junaedi, Th. Diah Widiastuti, Nooraida Heriyanti</i>	67
220.	Manajemen Pemasaran	<b>[ABS-283] Pengaruh strategi green market brand image dan pengetahuan produk terhadap keputusan pembelian the body shop</b> <i>Yennida Parmariza, Intan Trisna Wati</i>	68
221.	Manajemen Pemasaran	<b>[ABS-289] Kepuasan pelanggan pengguna flazz bca pada mahasiswa fakultas ekonomika dan bisnis universitas diponegoro</b> <i>Islami Verawati, Idris</i>	69
222.	Manajemen Pemasaran	<b>[ABS-306] Pengaruh kualitas produk dan sensitivitas harga terhadap perilaku pembelian smartphone produk china</b> <i>Irfanudin Lathif, Anas Hidayat</i>	70
223.	Manajemen Pemasaran	<b>[ABS-309] Pengaruh consumers' degree of greenness dan price promotion framing pada produk ramah lingkungan terhadap perceived quality dan purchase intention dengan mediasi green trust</b> <i>Rizka Aulia, Dien Mardhiyah</i>	71

224.	Manajemen Pemasaran	<b>[ABS-312] Menciptakan loyalitas penonton berbasis pada kepercayaan dan kualitas layanan dengan kepuasan sebagai mediasi. (studi pada penonton cinema e-plaza semarang)</b>	72
		<i>Alimuddin Rizal, Endang Tjahjaningsih, Euis Soliha, R.A.Marlien, Addienda Kamilia Insani</i>	
225.	Manajemen Pemasaran	<b>[ABS-318] Model keputusan pembelian <i>green product</i> pada konsumen di indonesia (telaah pada produk ramah lingkungan pengganti plastik)</b>	73
		<i>Santi Rimadias</i>	
226.	Manajemen Pemasaran	<b>[ABS-320] Pengaruh kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan harga terhadap loyalitas pelanggan pada toko bolu toba medan</b>	74
		<i>Robinhot Gultom, Tiur Rajagukguk</i>	
227.	Manajemen Pemasaran	<b>[ABS-331] Pengembangan <i>city branding</i> dengan faktor citra destinasi, citra kota, media sosial dalam meningkatkan minat kunjung ulang wisatawan banyumas</b>	75
		<i>Lusi Suwandari, Bambang Sunarko, Jaryono, Sri Martini, Retno Widuri</i>	
228.	Manajemen Pemasaran	<b>[ABS-332] Teori perilaku terencana dan perilaku belanja daring generasi z</b>	76
		<i>Diaz Haryokusum, Tri Heroe</i>	
229.	Manajemen Pemasaran	<b>[ABS-333] Investigasi minat beli dan keputusan pembelian secara <i>online</i>. studi pada konsumen pengguna aplikasi <i>shopee</i></b>	77
		<i>Anas Hidayat, Asmai Ishak, Septiana, Putra Endhi Catyanadika, Sri Rejeki Ekasasi</i>	
230.	Manajemen Pemasaran	<b>[ABS-334] <i>Investigasi word of mouth</i> pada rumah makan lokal studi kasus di yogyakarta</b>	78
		<i>Asmai Ishak, Anas Hidayat, Raudhatul Hayah, Putra Endhi Catyanadika, Sri Rejeki Ekasasi</i>	
231.	Manajemen Pemasaran	<b>[ABS-335] Peluang revolusi industri 4.0 bidang pemasaran: pemanfaatan aplikasi <i>e-commerce</i>, sosial media instagram dan digital marketing terhadap keputusan instant <i>online buying</i> konsumen generasi millenial.</b>	79
		<i>Bambang Setia Wibowo, Diaz Haryokusumo</i>	

232.	Manajemen Pemasaran	[ABS-336] Pengaruh <i>haptic information</i> terhadap <i>product perception</i> , <i>consumer trust</i> , dan <i>online purchase intention</i> pada media sosial instagram (studi pada produk <i>sounds husky</i> )  <i>R. Khairizza Mohammad, Sri Gunawan</i>	80
233.	Manajemen Pemasaran	[ABS-338] Anteseden pembelian produk pakaian <i>second-hand</i>  <i>Tanti Handriana, Akmala Faradiba, Masmira Kurniawati</i>	81
234.	Manajemen Pemasaran	[ABS-339] Implementasi pemasaran syariah dan <i>customer value</i> pada konsumen industri ritel modern syariah di jember  <i>Deasy Wulandari</i>	82
235.	Manajemen Pemasaran	[ABS-347] Pengaruh <i>customer delight</i> dan <i>customer satisfaction</i> terhadap <i>customer loyalty</i> pada wisatawan pengunjung obyek wisata taman hiburan bukit sekipan tawangmangu solo jawa tengah.  <i>Adhita Dea Kharisma, Anas Hidayat</i>	83
236.	Manajemen Pemasaran	[ABS-353] Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pengguna moda transportasi darat dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening  <i>Putu Nina Madiawati</i>	84
237.	Manajemen Pemasaran	[ABS-356] Peran iklan media sosial, <i>electronic-word of mouth</i> , dan pengalaman membeli <i>online</i> pada niat pembelian ulang secara <i>online</i>  <i>Rr. Siti Muslikhah</i>	85
238.	Manajemen Pemasaran	[ABS-364] Peran citra merek, ekuitas merek, dan kualitas produk terhadap sikap konsumen akan penggunaan produk kosmetik ramah lingkungan (studi empiris: konsumen wanita generasi millennial di kota malang)  <i>Ayu Febriyanti Puspitasari, Faiq Hilyatul Izzah</i>	86
239.	Manajemen Pemasaran	[ABS-379] pengaruh premi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan engagement peserta badan penyelenggara jaminan sosial mandiri  <i>Saiful, Widya Nengsih</i>	87
240.	Manajemen Pemasaran	[ABS-380] faktor-faktor yang mempengaruhi keterlibatan di sosial media terhadap perilaku belanja <i>online</i> busana muslim pada kalangan <i>hijabers</i>  <i>Vita Briliana, Tita Deitiana, Nurwanti Mursito</i>	88

241.	Manajemen Pemasaran	[ABS-389] Pengaruh brand experience terhadap <i>brand image</i> , <i>brand satisfaction</i> , dan <i>brand loyalty</i> (studi terhadap pengguna <i>smart phone</i> di tarakan) <i>Rahmat, Marso</i>	89
242.	Manajemen Pemasaran	[ABS-393] Pengaruh kualitas produk dan persepsi harga terhadap perilaku pembelian buku. studi kasus di pasar buku yogyakarta <i>Tegar Hakiki Kusuma Bangsa, Anas Hidayat</i>	90
243.	Manajemen Pemasaran	[ABS-394] pengaruh <i>perceived ease of use</i> , <i>perceived usefulness</i> , <i>confirmation</i> , <i>performance value</i> dan <i>satisfaction</i> terhadap <i>continuance intention</i> pada pengguna <i>go-food</i> di jakarta <i>Vita Briliana, Arton Prasetio, Cindy Monica</i>	91
244.	Manajemen Pemasaran	[ABS-395] Desain dan evaluasi katalog produk kerajinan hasil aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan pt garuda <i>food</i> putra putri jaya gresik jawa timur: studi terapan pada ukm mandiri larangan <i>Phima Ruthia Dwikesumasari, Nurma Fidhiula</i>	92
245.	Manajemen Pemasaran	[ABS-399] hubungan <i>word of mouth</i> terhadap <i>brand image</i> , <i>brand loyalty</i> , <i>brand preference</i> dan <i>brand leadership</i> pelanggan merek miniso di jakarta <i>Irma Satya, Arton Briyan P, Kristin Natalia</i>	93
246.	Manajemen Pemasaran	[ABS-409] pengaruh <i>perceived quality</i> , <i>brand awareness</i> , <i>brand image</i> terhadap <i>brand loyalty</i> dalam industri perbankan syariah <i>Nuno Sutrisno, Satria Nurrahmat</i>	94
247.	Manajemen Pemasaran	[ABS-412] pengaruh <i>attributes</i> , <i>benefits</i> dan <i>attitudinal loyalty</i> memiliki dampak terhadap <i>behavioral</i> <i>Aulia Danibrata, Klemens, Alza</i>	95
248.	Manajemen Pemasaran	[ABS-413] Pengaruh <i>threat emotion</i> dan <i>brand trust</i> terhadap keputusan pembelian pada produk <i>apple iphone</i> <i>Ai Lili Yuliati</i>	96
249.	Manajemen Pemasaran	[ABS-416] pengaruh <i>brand experience</i> , <i>brand image-congruence</i> , <i>brand affect</i> dan <i>brand</i> <i>Wibisono, Klemens, Maria Adeline</i>	97
250.	Manajemen Pemasaran	[ABS-419] pengaruh <i>emotional experiences</i> , <i>customer satisfaction</i> , <i>reputation</i> , dan <i>e-wom</i> <i>Klemens Wedanadji, Nuno Sutrisni, Dicky Anton</i>	98

251.	Manajemen Pemasaran	<b>[ABS-424] Pengaruh bauran pemasaran jasa pendidikan tinggi terhadap nilai pelanggan di kota bandung</b> <i>Imanuddin Hasbi, Putu Nina Madiawati</i>	99
252.	Manajemen Pemasaran	<b>[ABS-433] Pembangunan sumber daya manusia melalui penguatan pengetahuan teknologi informasi komunikasi guna peningkatan ekonomi masyarakat desa dalam hal manajemen pemasaran produk asli desa (pengabdian masyarakat pada desa jati, kecamatan soko, kabupaten tuban)</b> <i>Nurjanti Takarini, Anajeng Esri Edhi Mahanani, Rohmatul Faizah, Amalia Anjani</i>	100
253.	Manajemen Pemasaran	<b>[ABS-441] Analisa penerapan entrepreneurial marketing serta dampaknya pada kinerja umk atbm sutra sengkang</b> <i>Dahlia Dahlima Melier, Kafrawi Yunus, Thanwain</i>	101
254.	Manajemen Pemasaran	<b>[ABS-442] Studi strategi pemasaran pariwisata mancanegara berbasis pengembangan potensi wisata kawasan danau buyan tamblingan, kabupaten buleleng, bali</b> <i>I Gede Wardana</i>	102
255.	Manajemen Pemasaran	<b>[ABS-448] Peran human capital, kompetensi kewirausahaan dan social capital dalam mempengaruhi kesuksesan wirausaha para pelaku usaha kecil menengah di kota denpasar</b> <i>Made Setini, Nina Nina</i>	103
256.	Manajemen Pemasaran	<b>[ABS-457] Keputusan pembelian transportasi <i>online</i>: modifikasi <i>technology acceptance model</i> (tam) (studi kasus pada aplikasi <i>mobile</i> traveloka di kota malang)</b> <i>Sunaryo</i>	104
257.	Manajemen Pemasaran	<b>[ABS-458] Upaya peningkatan kepuasan pasien ditinjau dari bukti fisik, daya tanggap dan jaminan studi pada rsud dr. soedirman mangun sumarso, wonogiri</b> <i>Istiatin, Luhglatno</i>	105
258.	Manajemen Pemasaran	<b>[ABS-465] Meraih loyalitas merek dengan menghadirkan pengalaman merek dan kepercayaan merek: studi pada pengguna penyedia jasa travel online</b> <i>Rila Anggraeni</i>	106

259.	Manajemen Pemasaran	[ABS-470] Peran sosial media marketing bagi <i>fashionpreneur</i> sebagai upaya peningkatan ekuitas merek dan loyalitas konsumen <i>Raditha Hapsari, Aris Mukti Nizami</i>	107
260.	Manajemen Pemasaran	[ABS-472] Pengaruh dimensi <i>hedonic motives shopping</i> terhadap <i>impulse buying</i> pada produk <i>fast fashion</i> <i>Ratna Listiana Dewanti, Nur Mahmudah</i>	108
261.	Manajemen Pemasaran	[ABS-475] <i>Service experience</i> di industri perhotelan dan implikasinya <i>Henny Welsa, Jajuk Herawati, Nonik Kusuma Ningrum</i>	109
262.	Manajemen Pemasaran	[ABS-478] <i>Mediating effect of self-congruence</i> <i>Nonik Kusuma Ningrum, Jajuk Herawati, Henny Welsa,</i>	110
263.	Manajemen Pemasaran	[ABS-484] Daya tarik atribut produk wisata dan <i>smart word of mouth</i> terhadap keputusan berkunjung wisatawan domestik di lamin adat pemung tawai samarinda <i>Herning Indriastuti, Hasdianto</i>	111
264.	Manajemen Pemasaran	[ABS-485] Keputusan pembelian: perspektif kualitas produk, harga dan citra merek <i>Erna Sofriana Imaningsih, Rahma Irayanti Siregar</i>	112
265.	Manajemen Pemasaran	[ABS-488] Pengaruh <i>city branding</i> dan <i>event festival layang-layang</i> terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke pantai corong kabupaten penajam paser utara <i>Asnawati, Umi Luluatin Heni Musyarofah</i>	113
266.	Manajemen Pemasaran	[ABS-490] Pengaruh <i>marketing mix</i> terhadap tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan pakaian seragam sekolah murid sma di kota makassar pada beberapa toko di pasar butung <i>Ackhriansyah, Rezky Ratna Sari</i>	114
267.	Manajemen Pemasaran	[ABS-496] Dampak tema humor budaya tradisional, kreatifitas, daya tarik emosional terhadap keputusan pembelian <i>Anny Nurbasari, Nisa Hanum Harani</i>	115
268.	Manajemen Pemasaran	[ABS-508] Membangun daya tarik produk prinsipal untuk meningkatkan keputusan pembelian studi empiris <i>real estate</i> bukit mediterania samarinda <i>Ferry Firdhaus dan Herning Indriastuti</i>	116

269.	Manajemen Pemasaran	<b>[ABS-514] Pengaruh <i>brand personality</i> terhadap <i>brand equity</i> dan implikasinya pada <i>brand preference</i> pengguna sepatu olahraga <i>brand nike</i> di kota samarinda</b> <i>Amiril Azizah, Ahyar M. Diah, Surahman, Andi Syarifuddin</i>	117
270.	Manajemen Pemasaran	<b>[ABS-518] Pengaruh <i>servicescape</i> terhadap kepuasan nasabah bank bri unit menteng medan</b> <i>Endang Sulistya Rini, Yeni Absah</i>	118
271.	Manajemen Pemasaran	<b>[ABS-527] faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan mahasiswa politeknik negeri samarinda</b> <i>Ahyar M. Diah, Johan Lucas Away, Tandi Kadang, Syachrul</i>	119
272.	Manajemen Pemasaran	<b>[ABS-531] Pengaruh harga, lokasi dan kualitas layanan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan <i>mcdonald's</i> di kota samarinda</b> <i>Della Olivia Caterina Kalangit, Indah Martati, Satryawati</i>	120
273.	Manajemen Pemasaran	<b>[ABS-534] Peran nilai pengalaman pelanggan untuk menciptakan minat berkunjung kembali pada obyek wisata di kota semarang</b> <i>Aprillia Elly Kusumastuti</i>	121
274.	Manajemen Pemasaran	<b>[ABS-535] Swasta analisis determinan loyalitas mahasiswa universitas di kota medan</b> <i>Henri Saragih, Anton AP Sinaga, Mislan Sihite, Winarto</i>	122
275.	Manajemen Pemasaran	<b>[ABS-537] Pengaruh kesadaran merek dan asosiasi merek terhadap kepercayaan merek serta dampaknya pada loyalitas merek kedai lakuna kopi</b> <i>Ryan Rohman Alamsyah 1) Siti Nurjanah 2)</i>	123
276.	Manajemen Pemasaran	<b>[ABS-545] analisis <i>relationship value, relationship quality</i> terhadap loyalitas pelanggan pada mall lembuswana samarinda</b> <i>Novel Reonald, Dian Irma Aprianti</i>	124
277.	Manajemen Pemasaran	<b>[ABS-546] kinerja layanan jasa pendidikan “antara harapan dan kenyataan” studi kasus layanan jasa pendidikan universitas widya gama mahakam samarinda</b> <i>Suyanto, Mardiono</i>	125

278.	Manajemen Pemasaran	<b>[ABS-550] Pengaruh <i>promotion mix</i> terhadap keputusan pembelian pada umkm batik muara takus kampar, riau</b> <i>Wresni Anggraini, Eki Cahya Jumiyanti, Anthon Yuliandri</i>	126
279.	Manajemen Rantai Pasok	<b>[ABS-40] <i>Failure mode effect analysis (fmea)</i> dan <i>fault tree analysis (fta)</i> untuk mengendalikan kualitas</b> <i>Faishal Taufik Abdurrahman, Anton Mulyono Azis</i>	1
280.	Manajemen Rantai Pasok	<b>[ABS-87] Determinan fleksibilitas pasokan dan pengaruhnya terhadap kinerja pasokan (studi empiris pada usaha mikro dan kecil di banten)</b> <i>Gerry Ganika, Fauji Sanusi</i>	2
281.	Manajemen Rantai Pasok	<b>[ABS-105] Optimalisasi kualitas layanan: pendekatan <i>quality function deployment</i></b> <i>Sukaris, M. Fachrudin Syah</i>	3
282.	Manajemen Rantai Pasok	<b>[ABS-110] Evaluasi peranan manajemen rantai pasok (<i>supply chain management</i>) dalam meningkatkan strategi kompetitif era revolusi industri 4.0 pada umkm samarinda</b> <i>Rina Masithoh Haryadi, Catur Kumala Dewi, Titin Ruliana</i>	4
283.	Manajemen Rantai Pasok	<b>[ABS-178] Analisis pengendalian kualitas surat kabar harian fajar di makassar</b> <i>Ramlawati, Serlin Serang</i>	5
284.	Manajemen Rantai Pasok	<b>[ABS-194] <i>Job creation</i> melalui inovasi pengembangan bisnis makanan halal dengan <i>online forum</i> dan <i>strategic alliance</i></b> <i>Siti Inayatul Faizah, Muhammad Rulizar</i>	6
285.	Manajemen Rantai Pasok	<b>[ABS-209] <i>Material inventory control with economic quantity model (eog)</i> in spinning department at textile industry, case study in pt. unitex</b> <i>Siti Ropikoh, Doni Wihartika, Tutus Rully</i>	7
286.	Manajemen Rantai Pasok	<b>[ABS-290] Fenomena <i>Green Gap</i> dan Segmentasi <i>Green Consumers</i></b> <i>Andhy Setyawan, Fandy Tjiptono, Tuwanku Aria Auliandri</i>	8
287.	Manajemen Rantai Pasok	<b>[ABS-319] <i>Lean healthcare</i> pelayanan rawat jalan poli kandungan pasien bpjs di rumah sakit umum</b> <i>Indrianawati Usman, Anung Anindhita Pratiwi</i>	9

288.	Manajemen Rantai Pasok	<b>[ABS-361] <i>Green supply chain management: mediasi daya saing dan kinerja perusahaan manufaktur</i></b>  <i>Edy Jumady</i>	10
289.	Manajemen Rantai Pasok	<b>[ABS-462] Potensi dan peranan modal sosial dalam praktek contract farming (studi kasus pada petani tembakau di jawa timur)</b>  <i>Kartika DS Susilowati, Asminah Rachmi, Nur Indah Riwajanti</i>	11
290.	Manajemen Rantai Pasok	<b>[ABS-523] Analisis kualitas layanan pelabuhan terhadap kepuasan pelanggan (studi kasus pelabuhan kontainer batam)</b>  <i>Eliaki Gulo</i>	12
291.	Manajemen Strategi	<b>[ABS-4] Konsorsium: multi determinan kelembagaan sistem <i>agrisilvi culture</i> dalam meningkatkan kesejahteraan provinsi kalimantan timur</b>  <i>Siti Maria, Dio Caesar Darma, Siti Amelia</i>	1
292.	Manajemen Strategi	<b>[ABS-25] <i>Complex business model: pengelolaan ambideksteritas di industri kreatif dalam melayani pasar lokal dan internasional</i></b>  <i>Anjar Priyono, Abdur Rafik</i>	2
293.	Manajemen Strategi	<b>[ABS-29] <i>Business environmental analysis of international program universitas islam indonesia (ip uii)</i></b>  <i>Jaya Addin Linando</i>	3
294.	Manajemen Strategi	<b>[ABS-31] Faktor yang memengaruhi keputusan nasabah bertransaksi gadai emas pada bank kaltimtara syariah samarinda</b>  <i>Sri Wahyuni, Siti hadiah Tika</i>	4
295.	Manajemen Strategi	<b>[ABS-44] Peran transfer pengetahuan dalam meningkatkan kesiapan usaha mikro kecil dan menengah menyongsong <i>making indonesia 4.0</i></b>  <i>Lina Anatan</i>	5
296.	Manajemen Strategi	<b>[ABS-93] Strategi pengembangan kewirausahaan</b>  <i>Danna Solihin, Andi Indrawati, Sunarto</i>	6
297.	Manajemen Strategi	<b>[ABS-96] Optimalisasi pelayanan publik: studi empiris di pemerintahan kota serang-banten</b>  <i>Wawan Ichwanudin, Lutfi, Hayati Nupus</i>	7

298.	Manajemen Strategi	<b>[ABS-172] Innovation management to support development of green economy in east kalimantan in the revolutionary 4.0</b> <i>Thomas Robert Hutauruk, Saiful</i>	8
299.	Manajemen Strategi	<b>[ABS-181] Studi komparatif: penerapan program destination management organization (dmo) kementerian pariwisata pada destinasi wisata kota tua jakarta</b> <i>Susy Bhudiharty</i>	9
300.	Manajemen Strategi	<b>[ABS-183] Pengembangan desa wisata berbasis partisipasi masyarakat dengan pendekatan <i>creative share value</i> - csv untuk menunjang ketahanan ekonomi nasional</b> <i>Rahmawati, Marsekal Muda TNI Sungkono</i>	10
301.	Manajemen Strategi	<b>[ABS-221] Bagaimana meningkatkan keberlanjutan baitul maal wat tamwil (bmt)?</b> <i>Nur Indah Riwijanti, Muhammad Muwidha, Elvyra Handayani, Apit Miharso</i>	11
302.	Manajemen Strategi	<b>[ABS-255] Let's gowes karimunjawa (lgwk) sebagai media promosi pariwisata karimunjawa kabupaten jepara</b> <i>Ema Rahmawati</i>	12
303.	Manajemen Strategi	<b>[ABS-271] Pengaruh kepribadian, prestise, dan reputasi universitas pada niat memilih universitas</b> <i>M. Nurhaura Huddin, Nafiuddin</i>	13
304.	Manajemen Strategi	<b>[ABS-279] Drivers of corporate social responsibility in Indonesian mining industry</b> <i>Katiya Nahda</i>	14
305.	Manajemen Strategi	<b>[ABS-304] faktor-faktor yang mempengaruhi dalam meningkatkan daya saing perguruan tinggi</b> <i>Mislan Sihite, Rasmulia Sembiring, Remus Silalahi, Kristanty Nadapdap, Henri Saragis</i>	15
306.	Manajemen Strategi	<b>[ABS-314] Hubungan antara emisi karbon dioksida (co2) dengan pendapatan domestik bruto (pdb) berdasarkan sektor jasa, manufaktur, dan pertanian di indonesia</b> <i>Muhammad Fikry Aransyah, Lailatul Hijrah</i>	16
307.	Manajemen Strategi	<b>[ABS-315] Kajian potensi dan strategi perusahaan daerah terminal makassar metro (kasus terminal regional daya)</b> <i>Mahfud Nurnajamuddin, Irwan Rasyid, Budiandriani</i>	17

308.	Manajemen Strategi	<b>[ABS-321] Formulasi strategi pemasaran susu pada kelompok peternak sapi perah dalam menghadapi persaingan</b> <i>Moh. Erfan Arif</i>	18
309.	Manajemen Strategi	<b>[ABS-349] Peran pengukuran kinerja sebagai pemoderasi hubungan kapabilitas inovasi dan kinerja bisnis pada usaha kecil dan menengah di Jawa Timur</b> <i>Sidik Ismanu, Anik Kusmintarti</i>	19
310.	Manajemen Strategi	<b>[ABS-358] Menjajaki kesiapan pengajar perguruan tinggi menghadapi revolusi industri 4.0</b> <i>Ratna Widiastuti</i>	20
311.	Manajemen Strategi	<b>[ABS-362] Membangun keunggulan kompetitif: dampak transformasi organisasi</b> <i>Sukmawaty, Herminawaty Abubakar</i>	21
312.	Manajemen Strategi	<b>[ABS-397] Integrasi budaya, kecerdasan spiritual terhadap kompetensi inti dan strategi kewirausahaan untuk meningkatkan keunggulan bersaing berkelanjutan UKM etnis Maluku</b> <i>Fenri Abraham Stevi Tupamahu, Gerald Latuserimala</i>	22
313.	Manajemen Strategi	<b>[ABS-401] Analysis of social media marketing, content-marketing, branding online, online trust brand, brand engagement, brand-equity online, on consumer decision-making startup of small and medium enterprises in Surabaya</b> <i>Maria Mia Kristanti</i>	23
314.	Manajemen Strategi	<b>[ABS-415] Implementation of total quality management and innovation capability in improving quality performance</b> <i>Devista Ayu Amalia, Dessy Isfianadewi</i>	24
315.	Manajemen Strategi	<b>[ABS-435] Analisis manajemen strategi dalam upaya peningkatan jumlah donatur menggunakan metode quantitative strategic planning matrix (qspm) pada lembaga amil zakat, infaq &amp; shadaqah yasa di Malang</b> <i>Yekti Intyas Rahayu, Bambang Budiantono, Wafda Dwi Septi</i>	25
316.	Manajemen Strategi	<b>[ABS-447] Pengaruh perencanaan strategi terhadap kinerja (studi pada cafe yang menggunakan media promosi online di Kota Malang)</b> <i>Christin Susilowati, Gandaru Putranda</i>	26

317.	Manajemen Strategi	<b>[ABS-449] <i>The effect of strategic planning to improve firm performance through innovation</i></b> <i>Rofiaty, Christin S, Mintarti R.</i>	27
318.	Manajemen Strategi	<b>[ABS-479] Peran komitmen manajemen dan kewirausahaan komunitas dalam menjaga keberlanjutan perusahaan</b> <i>Budiana Gomulia</i>	28
319.	Manajemen Strategi	<b>[ABS-507] Strategi kinerja layanan rumah sakit umum di samarinda</b> <i>Tetra Hidayati, Syarifah Hidayah</i>	29
320.	Manajemen Strategi	<b>[ABS-516] Pengungkapan modal intelektual pada industri energi baru terbarukan</b> <i>Nurindra Dewi Astrini, Amalia Kusuma Wardini, Zainur Hidayah</i>	30
321.	Manajemen Strategi	<b>[ABS-517] Strategi pengembangan ekonomi kreatif sebagai salah satu daya ungkit ekonomi di kabupaten kutai kartanegara</b> <i>Sugeng Raharjo, Mawardi, Nilam Anggar Sari</i>	31
322.	Manajemen Strategi	<b>[ABS-536] Upaya memperluas pasar umkm melalui penggunaan media sosial dan manajemen usaha di kota semarang</b> <i>Rahmi Yuliana</i>	32
323.	Manajemen Sumber Daya Manusia	<b>[ABS-15] Penguatan ekonomi masyarakat melalui peningkatan manajemen usaha bagi masyarakat pasca bencana kecamatan paguyaman dan kecamatan wonosari kabupaten boalemo</b> <i>Zuchri Abdussamad</i>	1
324.	Manajemen Sumber Daya Manusia	<b>[ABS-26] Kinerja karyawan: motivasi kerja, persepsi, dan lingkungan kerja</b> <i>Sri Langgeng Ratnasari, Gandhi Sutjahjo</i>	2
325.	Manajemen Sumber Daya Manusia	<b>[ABS-32] Hubungan antara pemberdayaan (<i>empowerment</i>) dengan kinerja pengurus badan usaha milik desa (bum desa) kecamatan megamendung kabupaten bogor</b> <i>Herman, Tutus Rully</i>	3
326.	Manajemen Sumber Daya Manusia	<b>[ABS-38] Faktor anteseden yang mempengaruhi kinerja guru sd muhammadiyah condong catur</b> <i>Andriyastuti Suratman, Anita Surya Mulyanti</i>	4

327.	Manajemen Sumber Daya Manusia	<b>[ABS-48] Koordinasi pejabat pengelola informasi dan dokumentasi dalam implementasi keterbukaan informasi publik di pemerintah provinsi sumatera selatan (studi kasus ppid provinsi sumatera selatan)</b> <i>Sunda Ariana, Yogi Chafoza</i>	5
328.	Manajemen Sumber Daya Manusia	<b>[ABS-52] Pemberdayaan pemuda melalui kewirausahaan menuju sdgs</b> <i>Suryadi</i>	6
329.	Manajemen Sumber Daya Manusia	<b>[ABS-54] Faktor determinan keterikatan karyawan pada perusahaan daerah air minum di kabupaten bogor</b> <i>Muhamad Azis Firdaus, Hj Titing Suharti, Diah Yudhawati</i>	7
330.	Manajemen Sumber Daya Manusia	<b>[ABS-58] Implementasi dan tantangan remunerasi terhadap kinerja dosen di universitas mulawarman</b> <i>Bejo Santoso, Zamruddin Hasid, Wulan Iyhig Ratna Sari</i>	8
331.	Manajemen Sumber Daya Manusia	<b>[ABS-59] Pengaruh iklim keadilan prosedural pada perilaku kewargaan organisasional orientasi-pelayanan: dukungan organisasional persepsian sebagai pemediasi</b> <i>Heru Kristanto</i>	9
332.	Manajemen Sumber Daya Manusia	<b>[ABS-62] Perilaku orientasi kesuksesan karier berdasarkan <i>women's career development models</i></b> <i>Yeyen Komalasari</i>	10
333.	Manajemen Sumber Daya Manusia	<b>[ABS-67] Pengaruh faktor kepemimpinan dan komunikasi terhadap kinerja pegawai kantor penanaman modal dan pelayanan perijinan terpadu (kpmpt) kabupaten paser</b> <i>Shalahuddin, Widyastuti Cahyaningrum</i>	11
334.	Manajemen Sumber Daya Manusia	<b>[ABS-75] Pengaruh kemampuan, kesempatan, dan motivasi terhadap kinerja karyawan dengan komitmen organisasi sebagai variabel intervening perusahaan</b> <i>Yuni Juniawati, Suhartini</i>	12
335.	Manajemen Sumber Daya Manusia	<b>[ABS-80] Pengaruh budaya organisasi, motivasi manajer, kepemimpinan, <i>corporate social responsibility</i> (csr) dan reputasi terhadap kinerja</b> <i>Tri Cicik Wijayanti</i>	13
336.	Manajemen Sumber Daya Manusia	<b>[ABS-107] <i>Techniques to develop successful and dynamic working team to improve the skills of coral taruna rw 09 village of pandan wangi malang</i></b> <i>Fullchis Nurtjahjani, Baroroh Lestari, Titien Indrianti, Lilies Nur Aini, Kadek Suarjuna B</i>	14

337.	Manajemen Sumber Daya Manusia	<b>[ABS-112] Pengaruh pendidikan dan pelatihan, sarana dan prasarana terhadap kinerja pegawai kantor kesatuan bangsa dan politik kab. Paser</b> <i>Muhammad Akbar, Dedy Darmawan</i>	15
338.	Manajemen Sumber Daya Manusia	<b>[ABS-138] Pengembangan <i>personality</i> sosok sdm pendidik (dosen) di era industri 4.0 <i>based pumping hr model</i></b> <i>Amir Tengku Ramly</i>	16
339.	Manajemen Sumber Daya Manusia	<b>[ABS-139] <i>Implementation of work safety and health on heavy equipment companies productivity in samarinda</i></b> <i>Ariesta Heksarini, Irmansyah</i>	17
340.	Manajemen Sumber Daya Manusia	<b>[ABS-141] Kepuasan kerja: karyawan rsud ratu aji putri botung kabupaten penajam paser utara</b> <i>Misna Ariani, Triwisanti, Nurhasanah,</i>	18
341.	Manajemen Sumber Daya Manusia	<b>[ABS-143] Faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja karyawan kawasan wisata kuliner turap di kabupaten siak</b> <i>Jumiati Sasmita, Said As'ad Raihan</i>	19
342.	Manajemen Sumber Daya Manusia	<b>[ABS-147] Kinerja karyawan dipengaruhi oleh <i>servant leadership</i> dan <i>employee engagement</i></b> <i>Dirga Lestari</i>	20
343.	Manajemen Sumber Daya Manusia	<b>[ABS-161] Pengaruh keadilan organisasional, kepuasan kerja, komitmen organisasional dan budaya organisasi terhadap <i>organizational citizenship behavior (ocb)</i> (studi kasus pada pegawai kantor pelayanan pajak pratama purworejo)</b> <i>Ridwan Baraba, Dedy Runanto, Muhammad Ismail Trimisat</i>	21
344.	Manajemen Sumber Daya Manusia	<b>[ABS-174] Peran moderasi kepemimpinan pasif dan dukungan rekan kerja pada hubungan antara <i>stres kerja</i> dan <i>frontline deviance</i></b> <i>Fenika Wulani, C. Marlina Junaedi</i>	22
345.	Manajemen Sumber Daya Manusia	<b>[ABS-184] Peran ambisi dalam memoderasi konflik kerja keluarga dan motivasi memimpin bagi wanita profesional</b> <i>Nina Zani Khaulia, Muhadjir Anwar, Eko Purwanto</i>	23
346.	Manajemen Sumber Daya Manusia	<b>[ABS-187] Kemampuan inovasi: peran <i>islamic work ethics</i> dan kepemimpinan islam pada bank syariah bumn di kota gresik</b> <i>Mirza Dwinanda Ilmawan, Andi Dea Berlianawati</i>	24

347.	Manajemen Sumber Daya Manusia	<b>[ABS-188] Persepsi manajer sumber daya manusia perusahaan di semarang mengenai sertifikasi kompetensi</b> <i>Christina Tri Hardjanti Nugrahaningsih, Bernadeta Irmawati, Agatha Ferijani</i>	25
348.	Manajemen Sumber Daya Manusia	<b>[ABS-198] Pengaruh <i>empowerment</i> dan <i>self efficacy</i> serta <i>person organization fit</i> terhadap kinerja pegawai negeri sipil sekretariat dewan perwakilan rakyat daerah kabupaten kutai timur</b> <i>Ausy Riana</i>	26
349.	Manajemen Sumber Daya Manusia	<b>[ABS-199] Analisis kompensasi dan pengaruhnya terhadap kinerja karyawan (studi kasus pada bank negara indonesia tbk. cabang tanjung redeb)</b> <i>Sayugo Adi Purwanto, Andiansyah</i>	27
350.	Manajemen Sumber Daya Manusia	<b>[ABS-206] Pengaruh <i>work-life balance</i> dan budaya inovatif terhadap kepuasan kerja dan loyalitas karyawan generasi y: umpan balik dan kesempatan berkembang sebagai pemoderasi</b> <i>Marco Tuwanakotta, Lieli Suharti</i>	28
351.	Manajemen Sumber Daya Manusia	<b>[ABS-208] Pengaruh mediasi kepuasan kerja pada hubungan antara kesehatan dan keselamatan kerja dan lingkungan kerja terhadap kinerja karyawan</b> <i>Sri Hajjah Utami, Trias Setiawati</i>	29
352.	Manajemen Sumber Daya Manusia	<b>[ABS-212] Pengaruh komitmen dan kompensasi terhadap kinerja dosen pada perguruan tinggi swasta (pts)</b> <i>Rully Armanto, Muji Gunarto</i>	30
353.	Manajemen Sumber Daya Manusia	<b>[ABS-213] Kompetensi sebagai faktor dominan terhadap peningkatan kinerja karyawan (studi pada pt telkom indonesia devisi regional semarang)</b> <i>Kusni Ingsih, Sih Darmi Astuti</i>	31
354.	Manajemen Sumber Daya Manusia	<b>[ABS-217] Mediasi kepuasan kerja (<i>job satisfaction</i>) pada hubungan collegial support terhadap perubahan afektif organisasi (<i>organizational affective change</i>), dimoderasi oleh sinisme (<i>cynicism</i>)</b> <i>Heni Kusumawati</i>	32
355.	Manajemen Sumber Daya Manusia	<b>[ABS-223] Efek moderasi budaya organisasi pada pengaruh motivasi dan disiplin kerja terhadap kinerja pegawai (pada pegawai sekretariat dewan perwakilan rakyat daerah provinsi jawa tengah)</b> <i>Kis Indriyaningrum, Tristiana Rijanti, Lisa Puspita Sari</i>	33

356.	Manajemen Sumber Daya Manusia	<b>[ABS-228] Bagaimana generasi milenial di indonesia memaknai <i>work life balance</i>?</b> <i>Nuri Herachwati, Fendy Suhariadi, Sri Gunawan, Dian Ekowati</i>	34
357.	Manajemen Sumber Daya Manusia	<b>[ABS-231] Pengaruh kecerdasan emosional dan profesionalisme terhadap <i>task performence</i> anggota satuan lalu lintas polres sleman polda diy dalam menghadapi tantangan era industri 4.0</b> <i>Novi Indah Earlyanti, Anggun Andhika Putra</i>	35
358.	Manajemen Sumber Daya Manusia	<b>[ABS-232] Peran moderasi kepemimpinan transformasional terhadap pengaruh <i>self efficacy</i> dan motivasi pada kinerja pegawai di pdam tirta moedal kota semarang</b> <i>Tristiana Rijanti, Kis Indriyaningrum, Askar Yunianto, Ibrahim Yusuf</i>	36
359.	Manajemen Sumber Daya Manusia	<b>[ABS-235] Pengaruh <i>work-life balance</i> terhadap kinerja dan komitmen pegawai dimediasi <i>family-friendly policies</i> (studi pada pegawai pusat pengembangan dan pemberdayaan pendidik tenaga kependidikan bidang otomotif dan elektronika malang)</b> <i>Survival, Alfiana, Linda Eka Saputri</i>	37
360.	Manajemen Sumber Daya Manusia	<b>[ABS-245] Pengaruh lingkungan kerja, kompetensi melalui <i>self efficacy</i> terhadap keterikatan pegawai di balai penelitian dan pengembangan kementerian hukum dan ham ri</b> <i>Ari Anggarani, Winadi Prasetyonig Tyas, Nina Nurhasanah</i>	38
361.	Manajemen Sumber Daya Manusia	<b>[ABS-246] Analisis motivasi kerja dan kepemimpinan <i>entrepreneur</i> dalam midwife entrepreneur</b> <i>Endang Suswati</i>	39
362.	Manajemen Sumber Daya Manusia	<b>[ABS-247] Pengaruh kepemimpinan transformasional dan kompetensi terhadap <i>organizational citizenship behavior</i> (ocb) dengan kepuasan kerja sebagai variabel intervening (studi pada badan kesatuan bangasa dan politik kabupaten kutai timur)</b> <i>Efendi Rahmanto</i>	40
363.	Manajemen Sumber Daya Manusia	<b>[ABS-252] Pengaruh budaya organisasi, gaya kepemimpinan, lingkungan kerja dan kompensasi terhadap kinerja pegawai negeri sipil pada kantor dinas pekerjaan umum dan penataan ruang kabupaten berau</b> <i>Abdul Hakim, Herika Kusaini</i>	41

364.	Manajemen Sumber Daya Manusia	<b>[ABS-261] Menciptakan kapabilitas inovasi melalui kapabilitas organisasi dan kapabilitas hubungan (studi pada lembaga pelatihan kerja)</b> <i>Sih Darmi Astuti, Kusni Ingsih</i>	42
365.	Manajemen Sumber Daya Manusia	<b>[ABS-263] Implementasi kebijakan pemerintah kota makassar mengenai pemberian insentif kepada ketua rt dan rw</b> <i>ST. Sukmawati, Rismawati</i>	43
366.	Manajemen Sumber Daya Manusia	<b>[ABS-265] Pengaruh kompetensi karyawan dan motivasi kerja terhadap kinerja karyawan pada kantor pusat airnav indonesia</b> <i>Christina Catur Widayati, Ryani Dhyhan Parashakti, Betrin R.</i>	44
367.	Manajemen Sumber Daya Manusia	<b>[ABS-267] Manajemen sumber daya manusia syariah dan pengaruhnya terhadap komitmen organisasional</b> <i>Retno Kurniasih</i>	45
368.	Manajemen Sumber Daya Manusia	<b>[ABS-269] Pengaruh kompetensi dan pelatihan terhadap kinerja dengan mediasi komitmen organisasi pada dinas perumahan, kawasan permukiman dan pertanahan kota batu</b> <i>Dyah Sawitri, Suwoko</i>	46
369.	Manajemen Sumber Daya Manusia	<b>[ABS-272] Dampak <i>work-life balance</i>, konflik peran dan <i>stress</i> kerja terhadap kepuasan kerja pada wanita berperan ganda</b> <i>Rojuaniah</i>	47
370.	Manajemen Sumber Daya Manusia	<b>[ABS-276] <i>Regulatory focus and employee creativity: the role of individual participation and intellectual stimulation</i></b> <i>Dian Ekowati, Jovi Sulistiawan, Poppy Sagita Putri</i>	48
371.	Manajemen Sumber Daya Manusia	<b>[ABS-278] Pengaruh gaya kepemimpinan, kepuasan kerja, dan komitmen organisasional terhadap <i>turnover intentions</i> karyawan apartemen kalibata city</b> <i>Lia Amalia, Misdiono</i>	49
372.	Manajemen Sumber Daya Manusia	<b>[ABS-281] Analisis penyerapan tenaga kerja pada sektor usaha kecil dan menengah (ukm) di kota cimahi</b> <i>Abdul Fidayan, Mutia Tri Satya</i>	50
373.	Manajemen Sumber Daya Manusia	<b>[ABS-282] Model keterkaitan lingkungan kerja, kompetensi, terhadap keterikatan kerja melalui <i>self efficacy</i> di balitbang kementerian hukum dan ham ri</b> <i>Ari Anggarani WPT, Nina Nurhasanah</i>	51

374.	Manajemen Sumber Daya Manusia	<b>[ABS-285] pengaruh kompensasi dan kepuasan kerja terhadap kinerja karyawan berdampak pada organizational citizenship behaviour</b> <i>Mohammad Rizki, Ferryal Abadi</i>	52
375.	Manajemen Sumber Daya Manusia	<b>[ABS-286] <i>The impact of ethical behavior and facets of job satisfaction on organizational commitment employees at pt sucofindo central office</i></b> <i>Nurul Atikah, Rosiwarna Anwar</i>	53
376.	Manajemen Sumber Daya Manusia	<b>[ABS-288] <i>Inter-rater agreement dan inter-rater reliability: pendekatan multi-level dalam pengujian teknik analisis data pada riset-riset keperilakuan dan organisasi</i></b> <i>Handrio Adhi Pradana</i>	54
377.	Manajemen Sumber Daya Manusia	<b>[ABS-291] Pelatihan dan pengembangan satuan paskibra satdivers</b> <i>Choirul Anam</i>	55
378.	Manajemen Sumber Daya Manusia	<b>[ABS-293] Pengembangan manajemen sumber daya manusia di era revolusi industri 4.0 pada rumah sakit ibu dan anak di kota makassar</b> <i>St.Nurhayati Azis, Ahmad AC</i>	56
379.	Manajemen Sumber Daya Manusia	<b>[ABS-294] Implementasi fungsi - fungsi manajemen pada pengelolaan bidang kehutanan dalam rangka pemberdayaan masyarakat sekitar hutan di kabupaten sinjai</b> <i>Ajmal Asad, Mashuri Kamidin, Muhammad Syafii Basalamah</i>	57
380.	Manajemen Sumber Daya Manusia	<b>[ABS-301] Menuju usaha mikro kecil dan menengah (umkm) unggul berbasis sumber daya manusia</b> <i>Venantius Mardi Widyadmono, Lilis Endang Wijayanti</i>	58
381.	Manajemen Sumber Daya Manusia	<b>[ABS-313] Fungsi strategis sdm sebagai pekerja unggul dan pengaruhnya terhadap komitmen kerja di institusi pendidikan tinggi</b> <i>Harnida W. Adda, Syahir Natsir, Faruq Lamusa</i>	59
382.	Manajemen Sumber Daya Manusia	<b>[ABS-329] Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan perempuan menikah untuk bekerja pada era disruptif</b> <i>M. Abdi Dzil Ikhrum W, Lily Hendrasti Novadjaja</i>	60
383.	Manajemen Sumber Daya Manusia	<b>[ABS-341] Pengaruh kebersihan lingkungan dan pelatihan keterampilan ekonomi kreatif terhadap peningkatkan mutu sumber daya manusia</b> <i>Santi Riana Dewi, Monica Laurent, Nana Kurniawan</i>	61

384.	Manajemen Sumber Daya Manusia	<b>[ABS-344] Kualitas pelayanan wisatawan, kompetensi dan motivasi pramuwisata di kota palu dan kabupaten donggala</b> <i>Lina Mahardiana, Yobert Kornelius, Mohammad Faisal</i>	62
385.	Manajemen Sumber Daya Manusia	<b>[ABS-351] Pengaruh motivasi terhadap kepuasan kerja karyawan hotel bintang 3 surabaya</b> <i>Gabriela Golda, Marcus Remiasa</i>	63
386.	Manajemen Sumber Daya Manusia	<b>[ABS-352] Pengaruh mediasi kepuasan kerja pada hubungan antara kesehatan dan keselamatan kerja dan lingkungan kerja terhadap kinerja karyawan</b> <i>Sri Hajjah Utami, Trias Setiawati</i>	64
387.	Manajemen Sumber Daya Manusia	<b>[ABS-363] Pengaruh social media activities dan employer brand equity terhadap intention to apply</b> <i>Ida Bagus Gede Adi Permana, Devana Ivan Defila</i>	65
388.	Manajemen Sumber Daya Manusia	<b>[ABS-367] Pengaruh keterampilan, penempatan kerja, dan kompensasi terhadap kinerja pegawai dinas perumahan rakyat, dan kawasan pemukiman propinsi gorontalo</b> <i>Idrus Usu, Angga B. M. Mokodongan</i>	66
389.	Manajemen Sumber Daya Manusia	<b>[ABS-370] pengaruh kompensasi, disiplin kerja dan motivasi intrinsik terhadap produktifitas karyawan departemen stamping industri pengolahan kendaraan bermotor</b> <i>Rr. Niken Purbasari, R. Wasisto Ruswidiono, Faradila Y. Ardini</i>	67
390.	Manajemen Sumber Daya Manusia	<b>[ABS-374] Pengaruh keadilan organisasional terhadap kepuasan kerja dan komitmen organisasional karyawan pada industri perhotelan di tarakan</b> <i>Mince Anggreyani, Marso</i>	68
391.	Manajemen Sumber Daya Manusia	<b>[ABS-376] Upah maksimum dari sudut pandang pengusaha: studi kasus di jogjakarta</b> <i>Arief Darmawan, Abdul Hakim</i>	69
392.	Manajemen Sumber Daya Manusia	<b>[ABS-382] Pengaruh keterlibatan kerja terhadap kepuasan kerja dan komitmen organisasional karyawan pada perguruan tinggi swasta di tarakan</b> <i>Philipus L, Marso</i>	70

393.	Manajemen Sumber Daya Manusia	<b>[ABS-402] Pengaruh <i>corporate social responsibility</i> (csr) terhadap <i>organization citizenship behavior toward environment</i> (ocbe) dengan variabel <i>intervening</i> komitmen organisasional</b>	71
		<i>Bernadeta irmawati, Berta Beki Retnawati, Ch Triharjanti</i>	
394.	Manajemen Sumber Daya Manusia	<b>[ABS-406] Peningkatan kapasitas perempuan melalui perguliran kredit mikro</b>	72
		<i>Rina Sugiarti, Budiman, Lista Kuspriatni, Mu'minatus Fitriati Firdaus</i>	
395.	Manajemen Sumber Daya Manusia	<b>[ABS-408] Konflik peran, ambiguitas peran, dan stress kerja: pengaruhnya terhadap kinerja sumber daya manusia</b>	73
		<i>Nurhidayati, Diah Retno Argarini</i>	
396.	Manajemen Sumber Daya Manusia	<b>[ABS-411] pengaruh lingkungan kerja, <i>self-efficacy</i>, dan karakteristik peserta pelatihan terhadap transfer pelatihan karyawan</b>	74
		<i>Yupiter Gulo, Nurti Widayati</i>	
397.	Manajemen Sumber Daya Manusia	<b>[ABS-428] Sikap, norma subjektif dan persepsi mahasiswa terhadap minat yang berdampak pada perilaku kewirausahaan</b>	75
		<i>Ika Suhartanti Darmo, Tinton Ramadhan</i>	
398.	Manajemen Sumber Daya Manusia	<b>[ABS-429] pengaruh kompetensi, kepemimpinan, disiplin kerja terhadap kinerja karyawan human resources and facility management <i>directorate</i> pada pt gramedia asri media kantor pusat jakarta</b>	76
		<i>Setia Tjahyanti, S.E., MM, Dr. Maris Agung, Nurafni</i>	
399.	Manajemen Sumber Daya Manusia	<b>[ABS-430] Transformational leadership sebagai kunci membangun <i>affective commitment to change</i> (studi pada distributor pt. unilever indonesia area yogyakarta)</b>	77
		<i>Muhammad Sirojuddin Amin, Tuti Hastuti</i>	
400.	Manajemen Sumber Daya Manusia	<b>[ABS-436] Aspek yuridis wisata tematik berbasis <i>corporate social responsibility</i></b>	78
		<i>Widaningsih</i>	
401.	Manajemen Sumber Daya Manusia	<b>[ABS-439] Pengaruh <i>corporate social responsibility</i> (csr) terhadap <i>organizational citizenship behavior toward environment</i> karyawan perbankan di semarang</b>	79
		<i>Lucia Haripatworo, Bernadeta Irmawati</i>	

402.	Manajemen Sumber Daya Manusia	<b>[ABS-440] Gaya kepemimpinan dan penerapan <i>motivasi erg alderfer</i>, terhadap tingkat produktivitas pekerja umkm (studi kasus pada bisnis perawatan kecantikan di bekasi)</b>  <i>Nining Purwatmini, Helenia Touana</i>	80
403.	Manajemen Sumber Daya Manusia	<b>[ABS-450] Analisis <i>self efficacy</i> dan <i>achievement motivation</i> terhadap <i>performance</i> dosen perguruan tinggi swasta terakreditasi a di jawa timur</b>  <i>Marsudi Lestariningsih</i>	81
404.	Manajemen Sumber Daya Manusia	<b>[ABS-454] Pengaruh <i>servant leadership</i> terhadap <i>organizational citizenship behavior</i> dengan mediasi motivasi kerja dan kepuasan kerja karyawan di pdam</b>  <i>Noermijati Noermijati</i>	82
405.	Manajemen Sumber Daya Manusia	<b>[ABS-466] Etos kerja dan disiplin kerja yang islami sebagai variabel yang mempengaruhi kinerja karyawan (studi kasus pada baznas kabupaten berau)</b>  <i>Syarifuddin, Widi Febriany</i>	83
406.	Manajemen Sumber Daya Manusia	<b>[ABS-468] Kontribusi nilai keadilan organisasional dan kompetensi dalam meningkatkan kepercayaan pada pimpinan</b>  <i>Muhammad Hamzah Idris, Mappamiring, Herman Sjahrudin</i>	84
407.	Manajemen Sumber Daya Manusia	<b>[ABS-471] Fenomena perilaku bungkam dalam organisasi: suatu tantangan bagi manajemen sumber daya manusia</b>  <i>Siti Zulaikha Wulandari, Ratno Purnomo</i>	85
408.	Manajemen Sumber Daya Manusia	<b>[ABS-476] Pengaruh <i>job satisfaction</i> dan <i>perceived ease of movement</i> terhadap <i>turnover intentions</i> perawat</b>  <i>Ari Kuntardina</i>	86
409.	Manajemen Sumber Daya Manusia	<b>[ABS-483] Analisis pengaruh faktor budaya perusahaan terhadap kinerja karyawan</b>  <i>Mahmudatul Himma</i>	87
410.	Manajemen Sumber Daya Manusia	<b>[ABS-486] <i>The influence of internal branding on employee brand loyalty, employee brand commitment and employee brand identification and its impact on employee brand performance: study of the hotel industry in surabaya, east java</i></b>  <i>Y. Johny Natu Prihanto, Kris Ade Sudiyono</i>	88

411.	Manajemen Sumber Daya Manusia	<b>[ABS-491] Pengaruh kepemimpinan dan komitmen organisasi untuk meningkatkan kinerja perawat pada ruang rawat inap rs ibnu sina yw umi makassar</b> <i>Andi Adawiah, Achmad Gani</i>	89
412.	Manajemen Sumber Daya Manusia	<b>[ABS-500] Pengaruh <i>emotional quotient</i> dan lingkungan kerja dengan <i>work family conflict</i> sebagai variabel mediasi terhadap kinerja pegawai wanita</b> <i>Yulyanti Fahrana, Sari Laelatul Qodriah</i>	90
413.	Manajemen Sumber Daya Manusia	<b>[ABS-504] Pengaruh <i>knowledge of leadership</i> dan <i>employee goal orientation</i> terhadap <i>knowledge sharing</i> dengan <i>emotional intelegency</i> sebagai moderator</b> <i>Erlia Windiaswati, Irsan Tricahyadinata</i>	91
414.	Manajemen Sumber Daya Manusia	<b>[ABS-505] Peran <i>spiritual leadership behaviour</i> pada <i>asymmetric power</i> hubungan <i>patron client</i></b> <i>Zainur Hidayah, Andy Mulyana, Tamjuddin</i>	92
415.	Manajemen Sumber Daya Manusia	<b>[ABS-513] Kepemimpinan kreatif, <i>creative self-efficacy</i>, dan kinerja kreatif</b> <i>Yun Iswanto, Heriyanni Mashithoh, Zainur Hidayah</i>	93
416.	Manajemen Sumber Daya Manusia	<b>[ABS-529] Pengaruh pemberdayaan karyawan dan kompensasi terhadap kinerja karyawan pada pt. bank bni cabang panakukang.</b> <i>Nurlina</i>	94
417.	Manajemen Sumber Daya Manusia	<b>[ABS-530] Pengabdian kepada masyarakat pelatihan penelitian tindakan kelas (ptk) pada guru min 2 dan sekolah dasar negeri 9 samarinda</b> <i>La Ode Hasiara, Sigit Hartoko, Sailawati, Ahyar Muhammad Diah</i>	95
418.	Manajemen Sumber Daya Manusia	<b>[ABS-539] Budaya organisasi, kepuasan kerja, dan teknologi, terhadap kinerja karyawan dengan mediasi motivasi (studi kasus pada pt. bpr parasari tahun 2018)</b> <i>I Ketut Sulendra, Ketut Arnaya, Made Setini</i>	96
419.	Manajemen Sumber Daya Manusia	<b>[ABS-543] Pengaruh motivasi, perilaku belajar, status sosial ekonomi orang tua, lingkungan kampus, dan aktivitas dalam kegiatan kampus terhadap prestasi akademik (studi pada para mahasiswa perguruan tinggi di purwokerto)</b> <i>Muliawan Hamdani</i>	97
420.	Teknologi Informasi	<b>[ABS-130] Pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi manfaat penggunaan simda terhadap kepuasan pengguna di skpd kabupaten sumba tengah</b> <i>Yohana Anggreni Tita Haba, Agustini Dyah Respati</i>	1

421.	Teknologi Informasi	<b>[ABS-160] Analisis pengaruh <i>perceived risk</i> dan <i>perceived ease of use</i> serta <i>perceived usefulness</i> terhadap <i>behavioral intention</i> melalui <i>trust</i> pada pengguna <i>grab bike</i> di kota bontang</b> <i>Zainal Abidin, Suharno, Sulaiman</i>	2
422.	Teknologi Informasi	<b>[ABS-211] Konsep manajemen kegiatan ekonomi di era revolusi industri 4.0 berdasarkan sistem ekonomi islam</b> <i>Marifah Yuliani</i>	3
423.	Teknologi Informasi	<b>[ABS-227] Cerita syarhib mengepakkan sayap bisnis sosial melalui cerita (<i>storytelling</i>)</b> <i>Tri Siwi Agustina</i>	4
424.	Teknologi Informasi	<b>[ABS-348] <i>The effect of use zahir posx software on the micro and small business enterprises management in samarinda city</i></b> <i>Martinus Robert Hutauruk, Siti Rochmah</i>	5
425.	Teknologi Informasi	<b>[ABS-437] Pengaruh informasi <i>price</i> terhadap <i>intention to like, comment, share</i> dan <i>purchase</i> pada iklan instagram</b> <i>Naila Afrida Putri Amalina, Gancar Candra Premananto</i>	6
426.	Teknologi Informasi	<b>[ABS-524] Keefektifan penggunaan digital <i>storytelling</i> dalam meningkatkan kemampuan menulis teks naratif oleh anggota <i>english club sma negeri 9 samarinda</i></b> <i>Sektalonir Oscarini Wati Bhakti, Marwanto</i>	7

**TOPIK**

**03**

**Manajemen Pemasaran**

---

FORUM MANAJEMEN INDONESIA

ASSOCIATION OF MANAGEMENT STUDENTS

---

[ABS-249]

**Identifikasi faktor pembentuk perilaku belanja konsumen dalam perspektif budaya Jawa Mataraman**

*Gratianus Edwi Nugrohadi, Margaretha Ardhanari, Diyah Tulipa*  
Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya

**Abstract**

Indonesia, dengan budaya etnis yang banyak, memberikan sebuah ruang bagi para pelaku pasar untuk meneliti keinginan dan kebutuhan tiap etnis berdasarkan pada pemasaran etnis. Keragaman budaya etnis dapat menjadi sebuah petunjuk yang baik untuk melakukan segmentasi konsumen Indonesia berdasarkan pada etnisitas. Tiap konsumen mempunyai identitas etnis sendiri. Mengetahui perbedaan antara kelompok etnis merupakan suatu pengetahuan yang penting bagi pemasar. Kelompok etnis dapat bertindak dan bereaksi secara berbeda dengan yang lainnya. Meskipun dalam kelompok yang sama, sebuah pemahaman sub-kelompok atau kelompok etnis yang berbeda dapat mengarah pada kebutuhan akan produk yang berbeda pula. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mengidentifikasi faktor pembentuk perilaku belanja konsumen didasarkan pada perspektif budaya Jawa Mataram. Hasil penelitian menemukan terdapat 33 faktor pembentuk perilaku konsumen dalam berbelanja. Berdasarkan tingkat ketergantungan dan mobilitas, terdapat 21 faktor yang memiliki mobilitas tinggi dan ketergantungan yang tinggi antar faktor. Sementara itu berdasarkan prospek pengaruh terhadap perilaku belanja terdapat dua faktor yaitu (1) proses pengajaran kepada anak memerlukan waktu yang panjang (2) mandiri dimana kemandirian sudah mulai dilakukan sejak usia muda.

**Keywords:** Budaya Etnis, Jawa Mataraman, Perilaku Belanja

**Topic:** Manajemen Pemasaran

## **Identifikasi Faktor Pembentuk Perilaku Belanja Konsumen dalam Perspektif Budaya Jawa Mataraman**

**Gratianus Edwi Nugrohadhi**

Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya

**Margaretha Ardhanari**

Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya

**Diyah Tulipa**

Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya

*diyah@ukwms.ac.id*

### **Abstrak**

Indonesia, dengan budaya etnis yang banyak, memberikan sebuah ruang bagi para pelaku pasar untuk meneliti keinginan dan kebutuhan tiap etnis berdasarkan pada pemasaran etnis. Keragaman budaya etnis dapat menjadi sebuah petunjuk yang baik untuk melakukan segmentasi konsumen Indonesia berdasarkan pada etnisitas. Tiap konsumen mempunyai identitas etnis sendiri. Mengetahui perbedaan antara kelompok etnis merupakan suatu pengetahuan yang penting bagi pemasar. Kelompok etnis dapat bertindak dan bereaksi secara berbeda dengan yang lainnya. Meskipun dalam kelompok yang sama, sebuah pemahaman sub-kelompok atau kelompok etnis yang berbeda dapat mengarah pada kebutuhan akan produk yang berbeda pula. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mengidentifikasi faktor pembentuk perilaku belanja konsumen didasarkan pada perspektif budaya Jawa Mataram. Hasil penelitian menemukan terdapat 33 faktor pembentuk perilaku konsumen dalam berbelanja. Berdasarkan tingkat ketergantungan dan mobilitas, terdapat 21 faktor yang memiliki mobilitas tinggi dan ketergantungan yang tinggi antar faktor. Sementara itu berdasarkan prospek pengaruh terhadap perilaku belanja terdapat dua faktor yaitu (1) proses pengajaran kepada anak memerlukan waktu yang panjang (2) mandiri dimana kemandirian sudah mulai dilakukan sejak usia muda.

**Kata Kunci:** *Budaya Etnis, Jawa Mataraman, Perilaku Belanja*

### **Pendahuluan**

Dewasa ini pengambilan keputusan pembelian tidak hanya didasarkan pada teori kebutuhan (*need*), tetapi didorong oleh hasrat (*desire*) dan keinginan (*want*). Pergeseran perilaku ini tidak lagi untuk memenuhi kebutuhan tetapi didasarkan pada motivasi untuk mendapatkan tantangan, suatu sensasi, kegembiraan, sosialisasi, menghilangkan stress, memberikan pengetahuan baru perkembangan trend baru dan model baru serta untuk menemukan barang yang baik dan bernilai bagi dirinya (Arnold dan Reynolds, 2009).

Pemahaman perilaku berdasarkan aspek kultural dapat dibedakan dalam tiga karakteristik yang terdiri dari (1) *outer directed*, yaitu perilaku pembelian yang sangat mengutamakan nilai-nilai dan norma-norma tradisional yang telah terbentuk. Motivasi pembelian sangat dipengaruhi oleh bagaimana pandangan dan pikiran orang lain atas pembelian itu. (2) *inner directed*, merupakan perilaku yang berdasar pada pemenuhan keinginan diri sendiri, tidak terlalu memikirkan norma-norma budaya yang ada. Konsumen kelompok ini berusaha keras untuk mengekspresikan dirinya. (3) *need driven*, adalah kelompok konsumen yang membeli berdasarkan kebutuhan dan bukan keinginan pada berbagai pilihan yang tersedia. Kelompok konsumen ini biasanya memiliki pendapatan terbatas (Setiadi, 2003:82). Perilaku yang berkembang dalam kelompok etnis merefleksikan nilai-nilai yang dianut oleh kelompok itu sendiri

Etnisitas merupakan bagian dari budaya dimana budaya tersebut terdiri dari subkultur budaya yang mampu menunjukkan identifikasi dan sosialisasi yang lebih spesifik bagi anggotanya dengan tetap memegang teguh nilai-nilai dan identitas etnis mereka. Budaya merupakan salah satu faktor

penting yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen. Para pelaku pasar hendaknya dapat memahami perbedaan kebutuhan etnis dalam perspektif kebudayaan yang ada di Indonesia. Penelitian yang melibatkan kajian-kajian psikokultural akan memudahkan para pelaku pasar melakukan segmentasi (pasar) yang lebih efektif, dapat merancang produk dan program pemasaran seperti penargetan pemasaran dan pemetaan pemasaran yang dianggap lebih berhasil dalam meraih kelompok konsumen etnis. Etnisitas dapat mempengaruhi perilaku konsumen seperti gaya berpakaian, konsumsi makanan dan minuman dan banyak lagi.

Fokus penelitian ini pada identitas kelompok etnis Jawa Mataraman serta dampak yang ditimbulkan pada perilaku konsumen yang dipengaruhi oleh nilai-nilai budaya yang melibatkan konsumen Jawa. Perilaku konsumen Jawa menjadi sangat menarik untuk dikaji karena suku Jawa merupakan kelompok suku terbesar di Indonesia, yakni 41,7% dari total populasi yang sebagian besar menempati wilayah Jawa Tengah, Jawa Timur, DI Yogyakarta dan Lampung (BPS, 2010). Secara lebih spesifik, konsumen Jawa yang dilibatkan dalam penelitian ini adalah Jawa Mataram'an (Mataraman). Istilah Mataraman yang dilekatkan pada suku Jawa sejatinya menunjuk pada salah satu kategorisasi kultural orang Jawa. Kelompok masyarakat ini secara kultural mendapat pengaruh yang kuat dari Kerajaan Mataram (sehingga disebut Mataraman). Secara geografis, Jawa Mataram'an mencakup Kabupaten Ngawi, Kabupaten dan Kota Madiun, Kabupaten Pacitan, Kabupaten Magetan, Kabupaten dan Kota Kediri, Kabupaten Nganjuk, Kabupaten Tulungagung, Kabupaten dan Kota Blitar, Kabupaten Trenggalek, Kabupaten Tuban, Kabupaten Lamongan, dan Kabupaten Bojonegoro (Mursyidi, 2017).

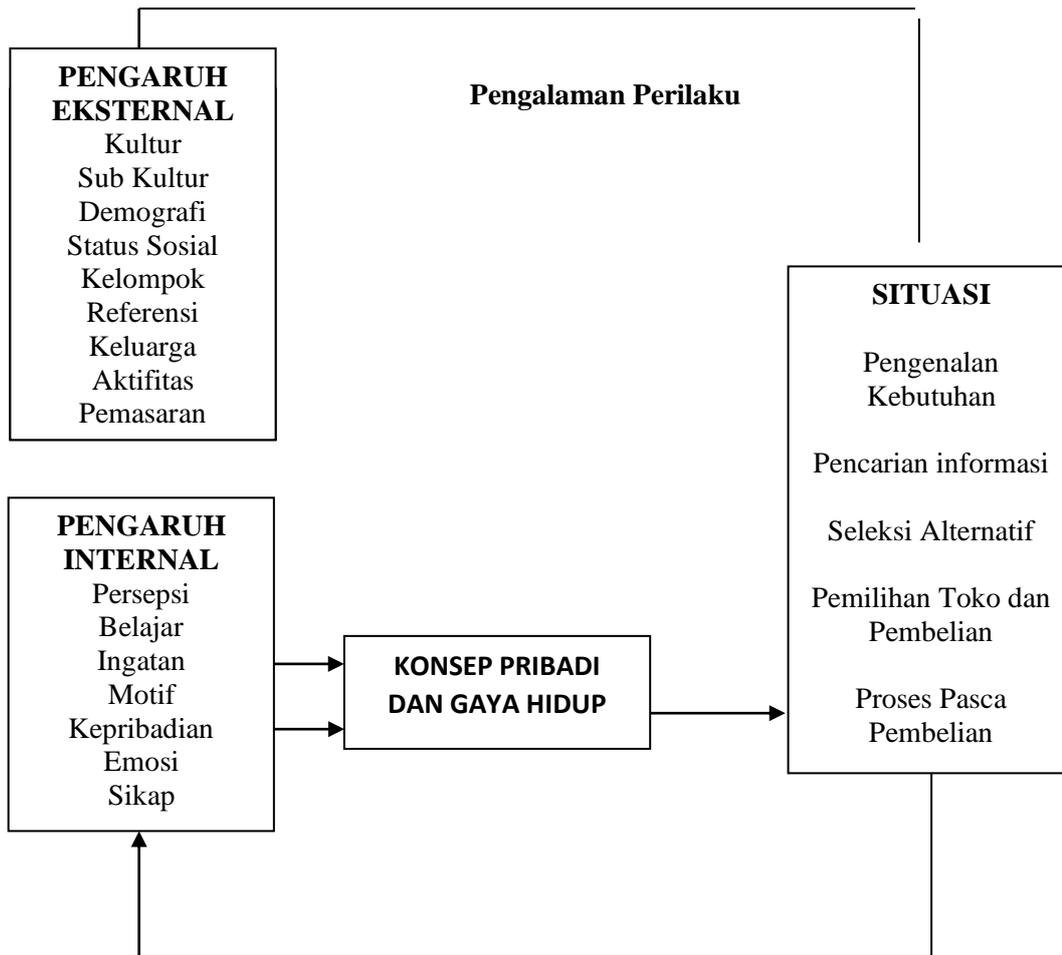
Masalah penelitian yang diangkat dalam penelitian ini adalah menemukan dan mengidentifikasi faktor yang membentuk perilaku konsumen dalam berbelanja pada masyarakat dengan budaya Jawa Mataraman.

## **Landasan Teori**

Identitas etnis adalah sebuah konsep subjektif dan multidimensional. Perubahan kebudayaan, asal usul etnis dan konsumen dapat menghasilkan persepsi peneliti pada sebuah identitas kelompok etnis (Larocha, Kim, dan Tomiuk, 1998). Segmentasi pasar berdasarkan kelompok etnis berfungsi untuk mengatasi masalah pemasaran yang berkaitan dengan etnisitas dan kebudayaan. Tiap kelompok etnis bersifat unik dan mendukung perbedaan kebudayaan. Etnisitas digambarkan sebagai sebuah kondisi dimana seseorang mempunyai rasa memiliki dalam sebuah kelompok etnis dan kebudayaan tertentu (nilai-nilai, sikap, tradisi, bahasa dan agama yang melekat pada tiap kelompok etnis) diteliti lebih dalam, digambarkan secara detail dalam kajian Larocha, Kim dan Tomiuk (1998). Etnisitas dan kebudayaan mempengaruhi individu dalam berperilaku termasuk perilaku dalam berbelanja.

Perilaku konsumen meliputi perilaku individu maupun kelompok atau organisasi, menyangkut suatu proses pengambilan keputusan sebelum pembelian serta tindakan dalam memperoleh, memakai, mengkonsumsi dan menghabiskan produk. Perilaku konsumen dalam membeli barang dipengaruhi oleh banyak faktor yang pada intinya dapat dibedakan menjadi dua faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal (Kotler dan Armstrong, 2010). Faktor eksternal meliputi kebudayaan, kelas sosial, kelompok sosial dan referensi serta keluarga. Kebudayaan yang tercermin dalam cara hidup, kebiasaan dan tindakan dalam permintaan berbagai macam barang di pasar akan membentuk perilaku konsumen. Keanekaragaman kebudayaan dalam suatu daerah, banyaknya kelompok etnis akan membentuk segmen pasar dan perilaku yang berbeda-beda. Faktor internal yang berpengaruh pada perilaku berbelanja adalah motivasi dan harga diri, pengamatan dan proses belajar, kepribadian dan konsep diri. Motivasi merupakan pendorong perilaku seseorang, termasuk juga perilaku berbelanja di pasar. Harga diri berpengaruh pada perilaku membeli, konsumen yang memiliki harga diri yang tinggi akan sangat mudah dipengaruhi oleh rangsangan yang dilakukan oleh penjual.

Jika digambarkan maka model perilaku konsumen yang dikemukakan oleh Hawkins *et al.* (2007) sebagai berikut:



Gambar 1  
 Model Perilaku Konsumen Menurut Hawkins  
 Sumber: Hawkins *et al.* (2007)

Konsumen adalah makhluk sosial, yaitu makhluk yang hidup bersama dengan orang lain. Orang-orang sekeliling inilah yang disebut sebagai lingkungan sosial konsumen. Konsumen yang saling berinteraksi satu sama lain, saling mempengaruhi dalam membentuk perilaku, kebiasaan, sikap, kepercayaan, dan nilai-nilai yang dianggap penting. Salah satu unsur lingkungan sosial adalah budaya. Schiffman dan Kanuk (2008:356) menyatakan budaya merupakan keseluruhan kepercayaan, nilai-nilai, dan kebiasaan yang dipelajari yang membantu mengarahkan perilaku konsumen para anggota masyarakat tertentu. Secara luas budaya meliputi perspektif umum, kognisi tipikal kepercayaan, dan reaksi afektif, serta pola perilaku yang khas. Budaya dapat dimaknai segala nilai pemikiran, dan simbol yang mempengaruhi perilaku, sikap, kepercayaan, dan kebiasaan seseorang dan masyarakat. Suatu nilai-nilai bisa dianggap sebagai makna budaya (cultural meaning), jika semua orang dalam masyarakat memiliki pemahaman yang sama terhadap nilai-nilai tersebut. Nilai adalah sebuah budaya bila banyak orang pada satu kelompok sosial menganut makna dasar yang sama. Perubahan budaya tersebut dapat mempengaruhi berbagai makna budaya dalam masyarakat dalam suatu proses yang berkesinambungan. Perubahan dalam nilai-nilai yang dianut membawa pada kepercayaan dan sikap baru terhadap produk-produk yang dapat mengkomunikasikan perbedaan sosial yang dimilikinya yang berakibat pada perubahan dalam perilaku pembelian.

Kultur/budaya merupakan sesuatu yang perlu dipelajari. Konsumen tidak dilahirkan untuk spontan mengerti tentang nilai dan norma terhadap kehidupan sosial. Konsumen harus belajar tentang apa yang diterima dari keluarga dan teman-temannya. Belajar merupakan suatu proses untuk memperoleh pengetahuan dan pengalaman, pengetahuan dan pengalaman ini akan mengakibatkan perubahan sikap dan perilaku yang relatif permanen.

Budaya mempunyai pengaruh yang kuat terhadap segala perilaku konsumen. Para individu dididik untuk mengikuti kepercayaan, nilai-nilai, dan kebiasaan masyarakat dan menghindari perilaku yang dinilai

”tidak dapat diterima” atau dianggap tabu. Disamping membagi berdasarkan berbagai faktor budaya, bidang pemasaran juga membagi keseluruhan masyarakat menjadi berbagai sub-kelompok yang lebih kecil (subbudaya) yang terdiri dari orang-orang yang mempunyai kesamaan asal etnis, kebiasaan, dan cara berperilaku. Sub-budaya didefinisikan sebagai kelompok budaya berbeda yang ada sebagai segmen yang dapat dikenali dalam masyarakat tertentu yang lebih luas dan lebih kompleks (Schifmann dan Kanuk, 2008:382).

Keterkaitan antara budaya dengan perilaku konsumen dapat diketahui dari nilai-nilai akhir (*terminal values*), nilai-nilai instrumental, dan atribut-atribut produk yang menjadi pertimbangan utamanya. Nilai akhir merupakan tujuan yang ingin dicapai dan akan dicapai melalui nilai-nilai instrumental. Dalam kaitannya dengan perilaku konsumsi, nilai instrumental ini ditunjukkan melalui atribut-atribut produk yang menjadi pertimbangan utamanya dalam pembelian. Budaya mempengaruhi perilaku konsumen pada beberapa tahap proses pengambilan keputusan konsumen, kelompok masyarakat dari beberapa negara memiliki perilaku pembelian yang berbeda. Budaya pada level makro akan menjelaskan perbedaan dalam perilaku pembelian pada sekelompok masyarakat.

Budaya menjelaskan tentang aturan tak tertulis pada masyarakat. Salah satu pandangan pada budaya adalah menganggap budaya sebagai 5 (empat) dimensi yang juga bisa diukur (Hofstede,1997). Dimensi-dimensi tersebut antara lain *Power Distance, Individualism / Collectivism, Masculinity / Femininity, Uncertainty Avoidance, short term / long term orientation*. Makna budaya atau makna simbolik yang telah melekat kepada produk akan dipindahkan kepada konsumen dalam bentuk pemilihan produk (*possession ritual*), pertukaran (*exchange ritual*), pemakaian (*grooming ritual*), dan pembuangan (*divestment ritual*). Menurut Mowen dan Minor (1998), ritual adalah tindakan simbolik yang dilakukan konsumen untuk menciptakan, menguatkan, menghilangkan, atau merevisi makna budaya tertentu. Schifmann dan Kanuk (2008) mengemukakan bahwa sebuah ritual adalah sejenis kegiatan simbolik yang terdiri dari sejumlah tahapan yang muncul dengan teratur dan berulang kali.

Budaya adalah faktor penentu paling pokok dari keinginan dan perilaku seseorang. Perilaku manusia biasanya dipelajari dari lingkungan sekitarnya. Sehingga nilai, persepsi, preferensi, dan perilaku antara seorang yang tinggal pada daerah tertentu dapat berbeda dengan orang lain yang berada dilingkungan yang lain pula. Sehingga pemasar sangat berkepentingan untuk melihat pergeseran kultur tersebut agar dapat menyediakan produk-produk baru yang diinginkan konsumen

## Metode Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dan kuantitatif (mixed method embedded) dimana perumusan masalah didasarkan untuk mencari kebenaran yang bersifat spesifik pada lokasi dan konteks serta bersifat holistik. Penggunaan pendekatan kualitatif karena dilakukan dalam setting tertentu yang ada dalam kehidupan riil dengan maksud menginvestigasi dan memahami apa yang dilakukan oleh orang-orang (Myers, 2009). Tujuannya adalah agar fakta yang ada mudah dipahami (Chariri,2009) dari sudut pandang subyek dengan penekanan pada proses (Creswell,2007). Pendekatan kuantitatif digunakan untuk menguatkan temuan kualitatif dengan melihat prospek faktor terhadap perilaku belanja konsumen.

Penelitian ini dilakukan dalam situasi yang alami, sehingga tidak ada batasan dalam memaknai atau memahami fenomena yang dikaji. Atas dasar paradigma dan filsafat yang mendasarinya dalam ilmu-ilmu sosial yang mengkaji tentang manusia sebagai makhluk unik dan aktif, sehingga diperlukan pemahaman interpretatif (*interpretative understanding*).

Unit analisis dalam penelitian ini adalah konsumen etnis Jawa Mataraman yang ada di Jawa Timur. Informasi diperoleh dari informan dan diseleksi berdasarkan kebutuhan penelitian. Keseluruhan informan adalah orang-orang yang memahami berbagai aspek yang terkait dengan masalah penelitian. Pada tahap ini proses pengumpulan informasi dianggap selesai (Sugiyono, 2009:35).

Penunjukan informan diawali dengan penentuan informan kunci atau *key informan*. Selanjutnya penunjukan informan dikembangkan pada saat penelusuran lapangan dengan menggunakan teknik Sampling Bola Salju (*Snowballing Sampling*). Penentuan informan kunci didasarkan pada pengenalan dan kedekatan dengan peneliti, untuk selanjutnya informan ditentukan berdasarkan lingkaran koneksi relasional (*circle of relational connection*) dengan informan kunci. Penelusuran dengan sampling bola salju dihentikan setelah data

yang diperlukan telah diperoleh secara lengkap. Informasi diperoleh dari informan dan diseleksi berdasarkan kebutuhan penelitian.

Informan ditentukan berdasarkan ketentuan bahwa mereka dapat memberikan gambaran secara mendalam tentang perilaku dalam pemilihan format pasar, sehingga dipilih mereka yang pernah berbelanja pada pasar tradisional maupun pasar modern. Informan ditentukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan sebagai berikut : (1) memiliki pengalaman pribadi sesuai dengan permasalahan yang diteliti; (2) mampu menggambarkan kembali fenomena yang telah dialaminya, terutama dalam sifat alamiah dan maknanya; (3) bersedia untuk terlibat dalam kegiatan penelitian yang membutuhkan waktu cukup lama; (4) bersedia untuk diwawancarai dan direkam aktivitasnya selama wawancara atau selama penelitian berlangsung. Informan dalam penelitian ini adalah sebelas orang konsumen yang berasal dari Kabupaten Madiun, Magetan dan Ngawi.

Proses pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan beberapa metode yaitu: *pertama*, terlibat dalam aktivitas informan, bertujuan untuk memperkenalkan keberadaan peneliti. *Kedua*, wawancara mendalam (*indepth interviewing*). Bertujuan untuk mengeksplorasi secara mendalam tentang nilai-nilai dalam budaya Jawa yang dipergunakan konsumen dalam melakukan pemilihan format ritel untuk berbelanja. *Ketiga*, observasi di lapangan, yaitu untuk menggali informasi dari sumber informasi yang berupa peristiwa, tempat, atau lokasi. *Keempat*, perekaman terhadap informan (baik informan kunci maupun pendukung). *Kelima* membuat catatan.

Proses analisis data dimaksudkan untuk mengorganisasikan dan mengurutkan data dalam pola, kategori dan satuan uraian sehingga dihasilkan suatu temuan atau simpulan seperti yang disarankan oleh data dan sejalan dengan tujuan penelitian ini. Miles and Huberman mengemukakan bahwa aktivitas dalam penelitian kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh.

Kegiatan analisis terdiri dari tiga jalur kegiatan yang terjadi secara bersamaan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Terjadi secara bersamaan berarti reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi sebagai sesuatu yang jalin menjalin merupakan proses siklus dan interaktif pada saat sebelum, selama, dan sesudah pengumpulan data dalam bentuk sejajar untuk membangun wawasan umum yang disebut "analisis".

Validitas kualitatif merupakan upaya pemeriksaan terhadap akurasi hasil penelitian dengan menerapkan prosedur-prosedur tertentu sedangkan reliabilitas kualitatif menunjukkan bahwa pendekatan yang digunakan peneliti konsisten jika diterapkan oleh peneliti-peneliti lain untuk obyek yang berbeda (Creswell, 2007).

Penetapankeabsahan (*trustworthiness*) data diperlukan teknik pemeriksaan. Pelaksanaan teknik pemeriksaan didasarkan atas sejumlah kriteria, yaitu derajat kepercayaan (*credibility*), keteralihan (*transferability*), kebergantungan (*dependability*), dan kepastian (*confirmability*). Kredibilitas dari penelitian fenomenologi digambarkan sebagai sejauh mana peneliti dapat menjelaskan perilaku belanja informan, dalam hal ini keterkaitan nilai-nilai budaya Jawa dalam perilaku belanja. Untuk memaksimalkan kredibilitas, peneliti menggunakan prosedur *member checking*, *trianggulasi*, dan *the audit trail* (Chariri, 2009). *Member checking* dilakukan dengan kembali pada informan untuk memverifikasi kredibilitas informasi.

Penelitian ini menggunakan dua metode, yaitu metode wawancara dan metode observasi. Dilakukan metode wawancara sekaligus ditunjang dengan metode observasi pada saat wawancara dilakukan. Beberapa tahapan yang dilakukan selama proses wawancara dan observasi penelitian yaitu: (1) menyampaikan tujuan penelitian, informan harus paham tujuan penelitian fenomenologi dan menyetujuinya; (2) mengamankan hak-hak, kepentingan dan sensitivitas informan. Peneliti bertanggungjawab terhadap hak-hak, kepentingan dan sensitivitas informan karena hal ini kemungkinan mempunyai implikasi yang tidak diketahui informan; (3) melindungi privasi informan; (4) memberi laporan kepada informan, hal ini berhubungan dengan verifikasi informasi yang telah diberikan maupun yang telah ditangkap oleh peneliti.

## **Pembahasan**

Data primer-kualitatif yang diperoleh peneliti dari wawancara dengan informan ditranskripsi ke dalam bentuk naskah verbatim. Proses validasi (komunikatif) hasil transkripsi tersebut kepada para informan yang dilibatkan dalam penelitian ini. Setelah para informan tidak memiliki keberatan atas hasil transkripsi tersebut, maka dilakukan analisis data dengan model *inductive thematic analysis* melalui proses koding yang bermuara pada penemuan tema-tema khas yang dihayati oleh informan. Hasil awal peneliti menemukan berbagai tema

temuan penelitian. Proses kategorisasi tema temuan dari perilaku belanja informan yang didasarkan pada kebutuhan, kemanfaatan, dan kegunaan. Perilaku belanja tersebut secara kualitatif dipengaruhi oleh aspek-aspek intra-psikis dalam lingkup keluarga (intra-keluarga) informan dan ekstra-psikisnya (ekstra-keluarga). Aspek intra-psikis memunculkan tiga kategori tematis, yakni: latar belakang keluarga (*nyelengi, gemi, setiti, ngati-ati*), pendidikan dalam keluarga (*ngabekti, mituhu, gemi, setiti, ngati-ati*), dan sistem nilai yang dihayati dalam keluarga (*tuna sathak bathi sanak, ngundhuh wohing pakarti, narima ing pandhum, eling lan waspada*), sementara aspek ekstra-psikis juga memunculkan tiga kategori tematis, yakni: lingkungan (*sungkan*), media (*ora kegodha*), dan gender (*kanca wingking*).

Identifikasi menghasilkan aspek temuan sebanyak 33 faktor. Penentuan faktor didasarkan pada hasil wawancara mengenai nilai dan perilaku belanja terhadap informan di 3 kota yaitu Madiun, Ngawi dan Magetan. Hasil tersebut dikelompokkan dan dijelaskan dalam Tabel 1.

Tabel 1. Penamaan dan Keterangan Faktor

<b>Nama</b>	<b>Keterangan Faktor</b>
Gemi Setiti	Keluarga yang gemi setiti dan ngati ati
Nasehat OT	Ajaran / nasehat orang tua mempengaruhi perilaku sampai saat ini
Prioritas	Kebutuhan anak merupakan prioritas utama dalam keluarga
Tangg Ortu	Orang tua masih bertanggungjawab terhadap kebutuhan anak meskipun anak-anak sudah dewasa (berumah tangga)
Mandiri	Mandiri sejak usia muda
Menabung	Orang tua mengajarkan untuk menabung
Berpikir	Ajaran / nasehat orang tua mempengaruhi cara berpikir
Ortu Gemi	Orang tua mengajarkan untuk selalu gemi setiti dan ngati ati
Proses Ajar	Ajaran kepada anak-anak tidak bisa dilakukan secara tiba tiba, harus melalui proses yang panjang
Meneruskan	Ajaran orang tua akan diteruskan kepada anak-anak
Pola Konsumsi	Pendidikan mampu mengubah pola konsumsi keluarga
Pend anak	Pendidikan anak-anak merupakan prioritas utama dalam keluarga
Saya Gemi	Orang yang gemi, setiti dan ngati ati
Anak	Bagi saya kebutuhan anak-anak merupakan prioritas utama
Pembelian	Tidak semua hal penting untuk dibeli
Prior Pend	Kebutuhan pendidikan merupakan prioritas utama
Pakaian	Kebutuhan pakaian tidak menjadi prioritas utama
Rumah	Memiliki rumah merupakan kebutuhan penting
Kehidupan	Anak-anak harus memiliki kehidupan yang lebih baik dari orang tua
Menolong	Tujuan hidup untuk menolong sesama, terutama mereka yang berkekurangan
Pertemanan	Pertemanan lebih utama dari uang
Murah hati	Orang yang murah hati
Kepedulian	Peduli terhadap orang-orang yang ada di sekitar
Orang lain	Seringkali mementingkan kebutuhan orang lain daripada kebutuhan diri sendiri
Senang hati	Mengerjakan segala sesuatu dengan senang hati
Kompromi	Kadangkala berkompromi untuk mendapatkan solusi yang terbaik
Teman	Teman-teman menjadi patron/ccontoh saat berbelanja
Oranglain	Orang-orang yang berada pada lingkungan tinggal mempengaruhi dalam berbelanja
Rekan	Selalu berpikir tentang pendapat rekan-rekan kerja ketika akan

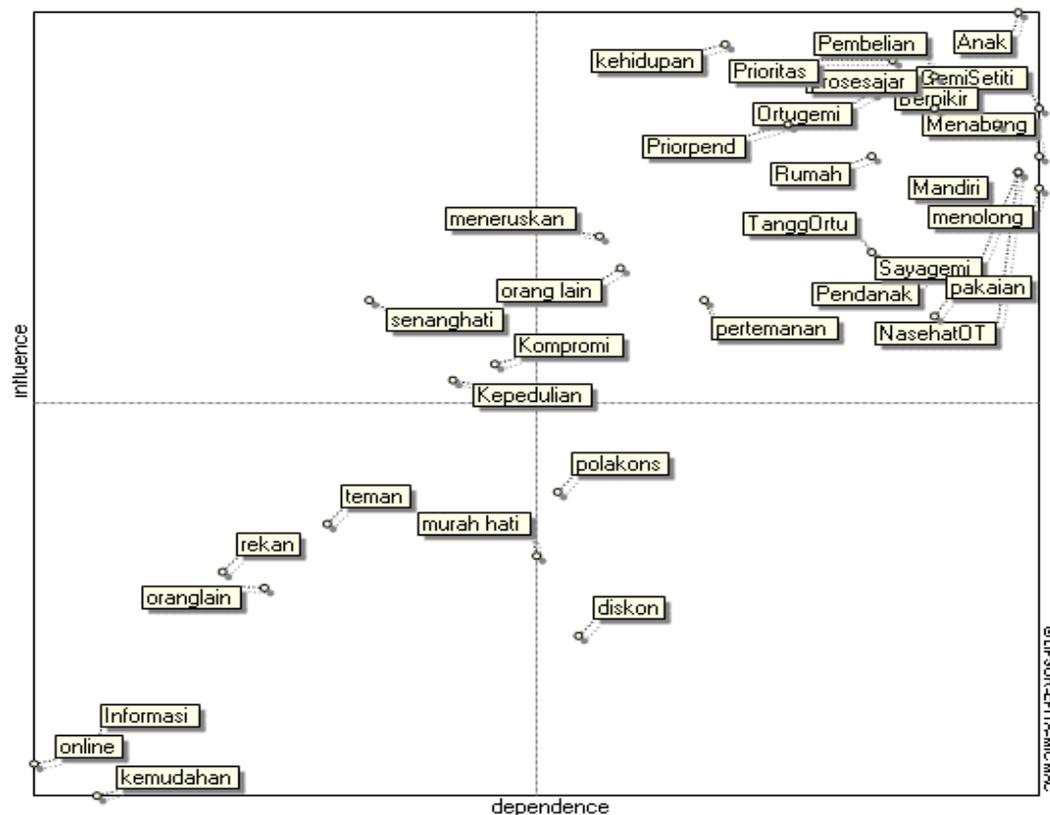
	berbelanja
Informasi	Informasi untuk berbelanja diperoleh melalui iklan dari berbagai media
Diskon	Selalu menunggu promosi/diskon yang diberikan oleh toko sebelum berbelanja
Online	Informasi melalui media online sangat menarik
Kemudahan	Sistem online memudahkan saya berbelanja

Sumber : Data diolah

Langkah selanjutnya, adalah menguji tema-tema temuan dengan menggunakan Micmac Analysis (Matrice d'Impacts croises-multiplication appliqué an classment). Pada tahapan ini adalah untuk melihat faktor-faktor yang memiliki peranan penting dalam perilaku belanja. Tujuannya adalah untuk menganalisis *driving power* dan *dependence power* dari faktor-faktor pendorong. Micmac Analysis dapat dilihat pada Gambar 2. Berdasarkan Micmac Analysis, faktor diklasifikasikan dalam empat kategori, yaitu:

- Autonomous factors* (Kuadran I): Faktor yang memiliki *driving power* yang lemah dan *dependence power* yang lemah.
- Dependent barrier* (Kuadran II): Faktor yang memiliki *driving power* yang lemah dan *dependence power* yang kuat
- Linkage factors* (Kuadran III): Faktor yang memiliki *driving power* yang kuat dan *dependence power* yang kuat
- Independent factors*: Faktor yang memiliki *driving power* yang kuat dan *dependence power* yang lemah

Hasil pengolahan dengan menggunakan alat analisis Micmac menunjukkan gambar masing-masing faktor berada pada kuadran I – IV seperti ditunjukkan pada Gambar 2.



Sumber : Data diolah

Gambar 2. Direct Influence / Dependence Map

Tingkat pengaruh atau mobilitas dan ketergantungan faktor dijelaskan sebagai berikut:

1. Kuadran I – *Autonomous*

Faktor faktor yang masuk dalam kuadran satu (kiri-bawah) disebut juga faktor *outonomous* atau *excluded*. Faktor yang berada pada kuadran ini tidak memiliki pengaruh nyata terhadap faktor yang lain dan juga tidak mempunyai ketergantungan dengan faktor yang lain. Maka faktor-faktor dalam kuadran dapat dikeluarkan dari “sistem” karena tidak mendukung pada pencapaian tujuan. Pada kasus dengan tujuan melihat prospek perilaku belanja di masa yang akan datang faktor yang dapat dikeluarkan saat ini berjumlah 6 faktor yaitu : teman, rekan, pendapat orang lain, *online*, informasi dan kemudahan. Jadi teman sebagai patron dalam belanja, rekan kerja, pendapat orang lain yang berada di sekitar kita, sistem belanja *online*, informasi tentang belanja *online* dan kemudahan dalam belanja *online* tidak mempengaruhi dan terpengaruh oleh perilaku belanja seseorang.

2. Kuadran II – *Power*

Kuadran II (kiri – atas) dinamakan faktor *power* atau faktor *input*. Faktor-faktor yang berada pada kuadran ini mempunyai mobilitas atau pengaruh yang tinggi dan tingkat ketergantungan rendah. Karena memiliki mobilitas tinggi, maka sangat dimungkinkan faktor ini dapat menjadi penentu bagi faktor lain. Dalam penelitian ini, faktor yang masuk dalam *power* adalah mengerjakan sesuatu dengan senang hati, kompromi untuk mendapatkan solusi yang terbaik dan peduli terhadap orang-orang yang ada di sekitar. Terkait dengan target atau tujuan dalam penelitian untuk melihat prospek perilaku belanja, maka faktor tersebut dapat menjadi input bagi faktor lain dalam membentuk perilaku belanja di masa yang akan datang.

3. Kuadran III – *Conflict*

Faktor *conflict* atau faktor *liaison* berada pada kuadran III (kanan-atas). Faktor faktor yang berada pada kuadran ini memiliki mobilitas dan ketergantungan yang tinggi terhadap faktor lain. Faktor ini sangat rentan dan memiliki sensitivitas yang tinggi. Jika terjadi perubahan sedikit saja pada sistem maka faktor dalam kuadran ini bisa ikut terpengaruh dan mempengaruhi faktor yang lain dalam sistem. Dalam kasus perilaku belanja faktor yang masuk dalam faktor *conflict* berjumlah 21. Beberapa literature mengelompokkan faktor dalam kuadran III ke dalam dua kelompok yang pertama adalah kelompok pada kuadran III yang memiliki pengaruh tinggi dan ketergantungan yang tinggi. Kelompok kedua adalah faktor dalam kuadran III namun memiliki pengaruh dan ketergantungan yang lebih rendah. Kelompok kedua disebut dengan *center of gravity*. Pada penelitian ini faktor yang masuk dalam kelompok *center of gravity* sebanyak 3 faktor yaitu meneruskan ajaran orang tua, pertemanan lebih penting dari uang dan tujuan hidup adalah menolong orang lain. Sehingga faktor yang masuk dalam kategori *conflict* dan sangat rentan terhadap setiap perubahan dalam sistem meliputi Pendidikan anak, nasehat orang tua, kehidupan, prioritas, pembelian, anak, proses ajar, orang tua gemi setiti, berpikir, ortu gemi, pendidikan prioritas, rumah, menabung, mandiri, menolong, diri sendiri gemi, pakaian, tanggungan.

4. Kuadran IV – *Output*

Kuadran 4 merupakan kuadran terakhir berada pada posisi (kanan-bawah). Faktor-faktor yang berada dalam kuadran ini dinamakan variabel output atau hasil. Faktor dalam kuadran ini memiliki mobilitas rendah dan tingkat ketergantungan yang tinggi dimana faktor memberikan pengaruh yang rendah kepada faktor lain dan memiliki ketergantungan yang tinggi terhadap faktor yang lain di dalam sistem. Sifat faktor ini sangat sensitive terhadap faktor faktor pengaruh di dalam sistem. Dalam penentuan model perilaku belanja faktor yang berada dalam kuadran ini adalah ajaran orang tua mempengaruhi pola konsumsi, kemurahan hati dan diskon. Secara rinci, situasi dan pengelompokkan faktor disajikan dalam Tabel 2.

Tabel 2 Situasi dan Pengelompokan Faktor dalam Tiap Kuadran

Situasi	Nama		Faktor	Keterangan
<i>Autonomous</i>	I	<i>Excluded</i>	Temannya, rekan, pendapat orang lain, <i>online</i> , informasi, kemudahan	Tidak mempunyai pengaruh yang nyata terhadap faktor lain dan juga tidak memiliki ketergantungan terhadap faktor lain. Faktor-faktor ini merupakan faktor yang mempunyai mobilitas rendah dan ketergantungan yang rendah.
<i>Power</i>	II	<i>Input</i>	Senang hati, kepedulian, kompromi	Faktor variabel ini mempunyai mobilitas yang tinggi namun ketergantungan yang rendah. Faktor ini merupakan faktor yang penting dalam perilaku belanja, terutama untuk mendapatkan hasil di masa yang akan datang karena memiliki pengaruh hampir ke semua faktor yang ada.
<i>Conflict</i>	III	<i>Liaison</i>	Pendidikan anak, nasehat orang tua, kehidupan, prioritas, pembelian, anak, proses ajar, orang tua gemi setiti, berpikir, ortu gemi, pendidikan prioritas, rumah, menabung, mandiri, menolong, diri sendiri gemi, pakaian, tanggungan.	Faktor faktor ini mempunyai pengaruh dan ketergantungan yang tinggi. Faktor ini mempunyai mobiltas yang tinggi dan sangat rentan, Sedikit perubahan dalam faktor ini akan memiliki dampak pada hasil atau output.
<i>Output</i>	IV	<i>Result</i>	Pola konsumsi, murah hati, diskon	Memiliki mobilitas rendah dan ketergantungan yang tinggi. Oleh karena faktor faktor ini sangat sensitive terhadap faktor faktor pengaruh.
		<i>Center of Gravity</i>	Meneruskan ajaran, pertemanan, kebutuhan orang lain	<i>Center of Gravity</i> berada dalam kuadran III dimana mobilitas dan sensitivitasnya tinggi namun dalam kelompoknya faktor faktor ini berada dalam posisi lebih rendah. Faktor ini dinamakan regulating faktor yang berperan sebagai alternatif kedua, tujuannya lebih lemah dan berada pada tingkat kedua.

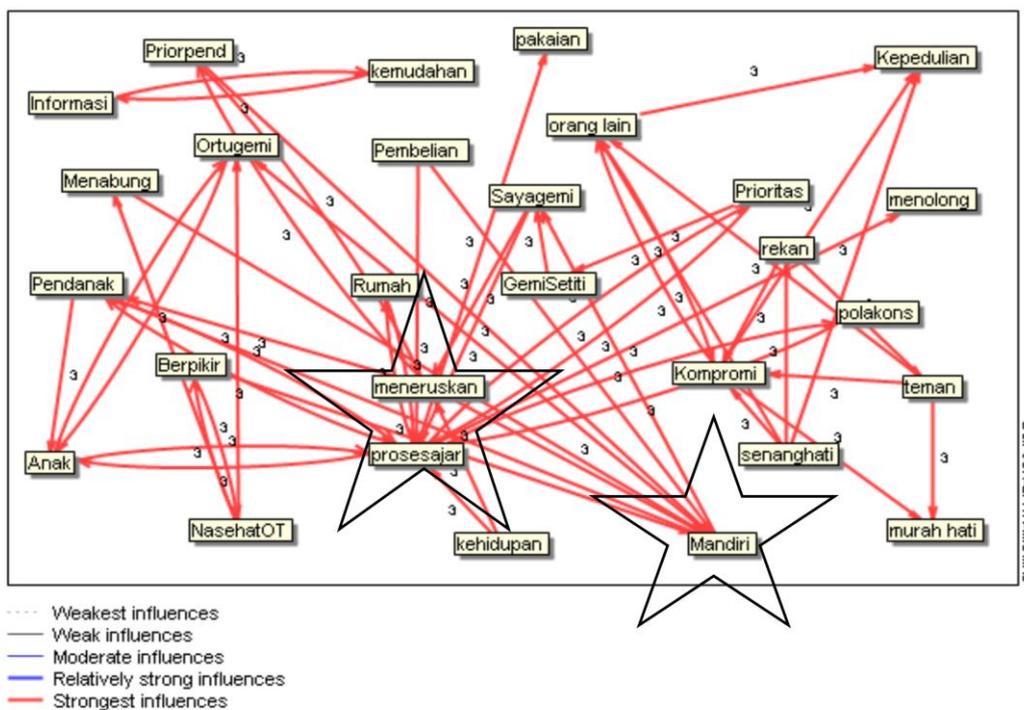
Sumber : Data diolah

Gambar 3 menunjukkan bahwa untuk melihat prospek perilaku belanja terdapat dua faktor utama yang mempunyai pengaruh terbesar dalam sistem yaitu proses ajar dan mandiri. Hasil ini sesuai dengan temuan sebelumnya yang berada pada tahap pengelompokan faktor berdasarkan mobilitas dan ketergantungan dimana proses ajar dan mandiri berada dalam kuadran III dengan tingkat mobilitas tinggi dan ketergantungan

tinggi antar variabel. Proses ajar dideskripsikan sebagai bentuk ajaran kepada anak-anak tidak bisa dilakukan secara tiba-tiba, harus melalui proses yang panjang. Nampak dalam hal ini bahwa tindakan pengajaran dalam pola tutur kepada generasi yang lebih muda tidak bisa dilakukan dalam jangka pendek. Perlu adanya suatu proses yang panjang, dilakukan secara terus menerus dan konsisten dalam setiap ajaran yang disampaikan. Dengan demikian dapat dipahami bahwa proses ajar akan memberikan dampak langsung kepada faktor-faktor yang lain dalam sistem. Pada kasus perilaku belanja nampak bahwa prospek pembentukan perilaku belanja dalam sistem sangat membutuhkan pengajaran yang disampaikan dalam jangka panjang dan melalui proses yang tidak tiba-tiba.

Faktor yang kedua adalah mandiri. Mandiri dideskripsikan sebagai mandiri sejak usia dini. Faktor ini menunjukkan bahwa mandiri sejak usia dini mempunyai pengaruh langsung yang besar terhadap faktor-faktor lain dalam sistem. Pada kasus perilaku belanja, dapat dipahami bahwa kemandirian memiliki pengaruh yang kuat dalam sistem sebagai pembentuk perilaku belanja. Kemandirian yang dilakukan sejak usia muda dapat menentukan perilaku belanja.

Nampak bahwa proses ajar maupun mandiri bukan sesuatu yang tiba-tiba muncul namun merupakan proses panjang dan dilakukan sejak usia muda. Berdasarkan hasil temuan dari proses ajar dan kemandirian tersebut dapat dipahami bahwa dalam budaya Jawa Mataraman terdapat suatu proses pembelajaran kepada generasi yang lebih muda dan dilakukan sejak usia muda. Budaya atau ajaran ditularkan dan tetap dipatuhi oleh anggota kelompok untuk dilakukan dalam berperilaku terutama dalam perilaku belanja.



Sumber : Data diolah

Gambar 3. Kekuatan Pengaruh langsung tiap Faktor

### Kesimpulan

Penelitian ini memberikan dasar bagi pemasar untuk lebih memahami segmentasi etnis yang sebenarnya dan merencanakan strategi pemasaran untuk mencapai target pasar. Hasil penelitian mengidentifikasi bahwa dari 33 faktor temuan, 21 faktor berada dalam kuadran III dimana tingkat faktor memiliki tingkat mobilitas yang tinggi dan tingkat ketergantungan antar faktor yang tinggi. Selain itu hasil penelitian juga mengidentifikasi terdapat dua faktor utama yang memiliki prospek yang tinggi terhadap perilaku konsumen dalam berbelanja yaitu proses pengajaran kepada anak-anak dan kemandirian sejak usia muda.

## Daftar Pustaka

- Arnold, M. J dan Reynolds, K. E., (2009). Affect and Retail Shopping Behavior : Understanding the Role of Mood Regulation and Regulatory Focus. *Journal of Retailing* Volume 85.
- Chariri,A. (2009). Landasan Filsafat dan Metode Penelitian Kualitatif, *Paper disajikan pada Workshop Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, Laboratorium Pengembangan Akuntansi (LPA), Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang, 31 Juli – 1 Agustus 2009
- Cresswel, J. (2007). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing among Five Approaches*, 2<sup>nd</sup> Edition Sage, , USA
- Hawkins, Del I., Mothersbaugh, David L., Best, Roger J. (2007) .*Consumer Behaviour – Building Marketing Strategy*. 10 Edition. McGraw-Hill.
- Hofstede, G. (1997). *Culture and Organizations: Software of The Mind*. McGraw Hill. New York.
- Kotler, P dan Keller, K.L. (2010). *Marketing Management*. Pearson International Edition. Prentice Hall, International. Inc.
- Laroche, Michel, Kim, Chankon, and Tomiuk, Marc A. (1998). Italian Ethnic Identity and its Relative Impact on the Consumption of Convenience and traditional Foods, *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 15(2), p125-151.
- Meyers, M.D.(2009). *Qualitative Research in Business and Management*, Sage Publication.London
- Mowen, J. C dan Minor M., (2002). *Perilaku Konsumen*, Edisi Kelima Jilid 1 dan 2 – alih bahasa Lina Salim. Penerbit Erlangga.
- Mursyidi, I. (2017). Romantisme Dalam Budaya Mataraman Jawa Timur. Publikasi Online. Versi Unduh: <https://nusantara.news/filosofi-romantisme-dalam-budaya-mataraman-jawa-timur/>, Tanggal: 1 September 2018.
- Schiffman, Leon G. and Kanuk, Leslie Lazar. (2008), *Consumer Behavior*. 9<sup>th</sup> ed. United States of America:Prentice-Hall Inc
- Setiadi, J. Nugroho. (2003). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta. Prenada Media.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.



**FMI**

**FORUM MANAJEMEN INDONESIA  
KOORDINATOR WILAYAH  
KALTIMTARA**

**Sekretariat :**

Gedung ITC Lantai 1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman  
Jalan Tanah Grogot No. 1, Kampus Gunung Kelua Samarinda

[fmi.kaltimtara@gmail.com](mailto:fmi.kaltimtara@gmail.com)

Telp. 085246553961



9 772407 054009



Jl. Pramuka 8 No. 2 Samarinda  
Jl. M. Yamin No. 30 A Samarinda  
Telp. 08125519774

