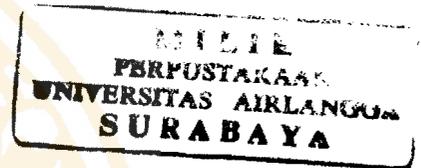


**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
KEPERCAYAAN PARA KLIEN TERHADAP BROKER  
PT. HALIM MITRADANA INTERNASIONAL  
SURABAYA**

**SKRIPSI**

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN  
DALAM MEMPEROLEH GELAR SARJANA EKONOMI  
JURUSAN MANAJEMEN**



**DIAJUKAN OLEH :**

**FRIA ASTARI**

**No. Pokok : 049812353 / E**

**KEPADA  
PROGRAM STUDI EKSTENSI**

**FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS AIRLANGGA  
SURABAYA**

**2004**

**SKRIPSI**

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
KEPERCAYAAN PARA KLIEN TERHADAP BROKER  
PT. HALIM MITRADANA INTERNASIONAL  
SURABAYA**

**DIAJUKAN OLEH:**

**FRIA ASTARI**

**No. Pokok : 049812353 / E**

PERPUSTAKAAN  
UNIVERSITAS AIRLANGGA  
SURABAYA

**TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH**

**DOSEN PEMBIMBING,**



**Drs. SRI GUNAWAN, M.Com. DBA.**

**TANGGAL** ..... 30 APRIL 2004 .....

**KETUA PROGRAM STUDI,**



**Dr. H. AMIRUDDIN UMAR, SE.**

**TANGGAL** ..... 30 APRIL 2004 .....

Surabaya, ..... 12 MARET 2004 .....

Skripsi telah selesai dan siap untuk diuji

**Dosen Pembimbing,**

Handwritten signature of Sri Gunawan in black ink, written over a circular watermark of the Airlangga University logo.

**(Drs. SRI GUNAWAN, M.Com. DBA.)**

## ABSTRAKSI

Berbagai macam bisnis investasi keuangan di luar bank lahir dan berkembang akhir-akhir ini, seperti reksadana, perdagangan valas dan indeks saham. Mengingat jumlah modal awal yang cukup besar sedangkan keadaan perekonomian Indonesia belum juga stabil, hubungan yang erat antara pihak organisasi dengan konsumennya sangat diperlukan guna melancarkan suatu hubungan bisnis. Pada hubungan kerja sama tersebut, Kepercayaan antara kedua pihak jelas sangat dibutuhkan dan merupakan langkah awal terjadinya *business relationship*.

Dengan mengusahakan pendekatan *ethical* dari kejujuran dan *good business practices*, dapat mengilhami Kepercayaan konsumen terjaga dan meningkat. Callaghan (1995) dan Yau (2000) menyatakan bahwa *ethics* telah menjadi salah satu faktor pendukung dari dimensi orientasi *relationship* yang sudah ada sebelumnya, yaitu Kepercayaan, *Empathy*, *Reciprocity*, dan *Bonding*.

Penelitian ini dilakukan untuk menguji apakah *Formalised Ethics*, *Individual Ethical Structure*, *Empathy*, *Reciprocity*, dan *Bonding* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepercayaan para klien kepada broker PT. Halim Mitradana Internasional Surabaya dan juga apakah *Formalised Ethics* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *Individual Ethical Structure*.

Berdasarkan uji hipotesa diperoleh bahwa kedua hipotesa penelitian **diterima** yang berarti bahwa *Formalised Ethics*, *Individual Ethical Structure*, *Empathy*, *Reciprocity*, dan *Bonding* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepercayaan. Kemudian juga bahwa *Formalised Ethics* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *Individual Ethical Structure*. Saran yang dapat diberikan adalah agar broker lebih meningkatkan kemampuannya dalam menganalisa pergerakan pasar modal, broker secara terbuka membicarakan kerugian yang tak dapat dihindari kepada klien dengan penjelasan dari penyebab kerugian disertai dengan bukti-bukti, kemudian peningkatan *Bonding* dengan cara menjaga kedekatan hubungan dengan klien dan lebih saling terbuka dalam segala hal terutama yang bersangkutan dengan transaksi.