




**PEDOMAN
PENULISAN PROPOSAL/SKRIPSI
Program Studi
MANAJEMEN**

KODE DOKUMEN	: PS.UJM-FE.M.01
TANGGAL	: 10 Nopember 2018
DIAJUKAN	Sekretaris Program Studi Agus N. Simanjuntak SE., MM.
DISETUJUI	Ketua Program Studi (Ketua Unit Jaminan Mutu) Romindo M. Pasaribu SE., MBA.
DISAHKAN	DEKAN (Ketua Gugus Jaminan Mutu) Dr. Jadongan Sijabat, SE., M.Si.

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS HKBP NOMMENSEN
MEDAN**

	UNIVERSITAS HKBP NOMMENSEN PROGRAM STUDI MANAJEMEN	
	PEDOMAN	
<u>PENULISAN PROPOSAL/</u> <u>SKRIPSI</u>	Kode/No. : PS.UJM-FE.M.01	
	Tanggal : 10 Nopember 2018	

I. PENGERTIAN SKRIPSI.

Skripsi dapat diartikan karya tulis yang disusun oleh seseorang mahasiswa yang telah menyelesaikan kurang lebih 110 sks dengan dibimbing oleh Dosen Pembimbing Utama dan Dosen Pembantu Pembimbing sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Pendidikan S1 (Sarjana).

II. TUJUAN SKRIPSI.

Tujuan dalam Penulisan Skripsi adalah memberikan pemahaman terhadap mahasiswa agar dapat berfikir secara logis dan ilmiah dalam menguraikan dan membahas suatu permasalahan serta dapat menuangkannya secara sistematis dan terstruktur.

III. ISI DAN MATERI.

Isi dari Penulisan Skripsi diharapkan memenuhi aspek-aspek dibawah ini :

1. Relevan dengan program studi dari mahasiswa yang bersangkutan.
2. Mempunyai pokok permasalahan yang jelas.
3. Masalah dibatasi, sesempit mungkin.

IV. BENTUK LAPORAN PENULISAN SKRIPSI.

Bentuk laporan penulisan Skripsi Fakultas Ekonomi, Program Studi Manajemen untuk jenjang Akademik Strata Satu terdiri dari :

A. Bagian Awal.

Bagian Awal terdiri dari:

1. Halaman Judul.
2. Lembar Prosedur Penulisan Skripsi (Proposal).
3. Lembar Pengesahan.

4. Lembar Surat Riset dari Perusahaan.
5. Lembar TOEFL.
6. Abstrak.
7. Halaman Kata Pengantar.
8. Halaman Daftar Isi.
9. Halaman Daftar Tabel.
10. Halaman Daftar Gambar: Grafik, Diagram, Bagan, Peta dan sebagainya.

B. Bagian Tengah.

Bagian akhir terdiri dari:

1. BAB 1: PENDAHULUAN
2. BAB 2: LANDASAN TEORI, PENELITIAN TERDAHULU, DAN HIPOTESIS
3. BAB 3: METODE PENELITIAN
4. BAB 4: PROFIL PERUSAHAAN (OBJEK PENELITIAN) DAN ANALISIS DATA SERTA PEMBAHASAN
5. BAB 5: KESIMPULAN DAN SARAN

C. Bagian Akhir.

Bagian akhir terdiri dari:

1. Daftar Pustaka.
2. Lampiran.
3. Riwayat Hidup Mahasiswa

Penjelasan secara terinci dari Struktur Penulisan Proposal/Skripsi dapat dilihat sebagai berikut :

A. Bagian Awal

Pada bagian ini berisi hal-hal yang berhubungan dengan penulisan proposal/skripsi yakni sebagai berikut :

1. Halaman Judul

Ditulis sesuai dengan cover depan Penulisan Proposal/Skripsi standar Fakultas Ekonomi Universitas HKBP Nommensen.

2. Lembar Prosedur Penulisan Skripsi (Proposal)

Yakni merupakan halaman yang berisi pernyataan bahwa penulisan skripsi ini merupakan hasil karya sendiri bukan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap hasil karya orang lain.

3. Lembar Pengesahan

Pada Lembar Pengesahan ini berisi Daftar Komisi Pembimbing, Daftar Nama Panitia Ujian yang terdiri dari Ketua, Sekretaris dan Anggota. Pada Bagian bawah sendiri juga disertai tanda tangan Pembimbing dan Kepala Bagian Sidang Sarjana.

4. Lembar Surat Riset dari Perusahaan

Berisi keterangan dari perusahaan yang menyatakan bahwa mahasiswa yang bersangkutan benar-benar telah melaksanakan penelitian di perusahaan tersebut.

5. Lembar TOEFL

Berisi informasi/sertifikasi mengenai skor TOEFL terakhir dari mahasiswa sebelum melaksanakan Ujian Meja Hijau

6. Abstrak

Yakni berisi ringkasan tentang hasil dan pembahasan secara garis besar dari Penulisan Skripsi dengan maksimal 1 halaman.

7. Kata Pengantar

Berisi ucapan terima kasih kepada pihak-pihak yang ikut berperan serta dalam pelaksanaan penelitian dan penulisan Skripsi (a.l. Rektor, Dekan, Ketua Program Studi, Pembimbing, Perusahaan, dll).

8. Daftar Isi

Berisi semua informasi secara garis besar dan disusun berdasarkan urutan nomor halaman.

9. Daftar Tabel

Berisi semua informasi mengenai tabel secara garis besar dan disusun berdasarkan urutan nomor halaman.

10. Daftar Gambar, Daftar Grafik, Daftar Diagram dan sebagainya

Berisi semua informasi mengenai gambar, grafik, dan diagram secara garis besar dan disusun berdasarkan urutan nomor halaman.

B. Bagian Tengah

1. Bab Pendahuluan

Pada Bab Pendahuluan ini terdiri dari beberapa sub pokok bab yang meliputi antara lain :

a. Latar Belakang Masalah

Menguraikan tentang alasan dan motivasi dari penulis terhadap topik permasalahan yang bersangkutan.

b. Rumusan Masalah

Merupakan pertanyaan yang terletak di awal skripsi atau proposal dan biasanya terletak setelah latar belakang masalah yang dijelaskan dalam skripsi / proposal tersebut. **Rumusan masalah** digunakan untuk menjelaskan **masalah** atau isu yang dibahas.

c. Tujuan Penelitian

Menggambarkan hasil-hasil apa yang bisa dicapai dan diharapkan dari penelitian tersebut dengan memberikan jawaban terhadap masalah yang diteliti.

d. Manfaat Penelitian

Menggambarkan manfaat penelitian ini baik untuk peneliti, untuk perusahaan, untuk perguruan tinggi, dan bagi peneliti selanjutnya.

2. Landasan Teori

Menguraikan teori-teori yang menunjang penulisan/penelitian, yang bisa diperkuat dengan menunjukkan hasil penelitian sebelumnya

3. Metode Penelitian

Menjelaskan dan menguraikan metode penelitian yang akan digunakan, objek penelitian, sampel, teknik pengambilan sampel, definisi operasional, instrumen penelitian, dan pengujian yang akan digunakan dalam penelitian (apabila penelitian bersifat asosiatif atau penelitian yang bertujuan untuk mencari pengaruh dan dampak dari setiap variabel). Sedangkan dalam penelitian yang bersifat deskriptif tidak menjabarkan metode analisis yang digunakan.

4. Profil Perusahaan (Objek Penelitian) dan Analisis Data Serta Pembahasan

Menjelaskan gambaran daripada perusahaan/objek penelitian tempat mahasiswa melakukan riset. Pada bagian ini juga menjelaskan data-data yang berhubungan dengan permasalahan, hipotesis yang ada didalam perusahaan tersebut.

Membahas tentang keterkaitan antar faktor-faktor dari data yang diperoleh dari masalah yang diajukan kemudian menyelesaikan masalah

tersebut dengan metode yang diajukan dan menganalisa proses dan hasil penyelesaian masalah.

5. Kesimpulan (dan Saran)

Bab ini bisa terdiri dari Kesimpulan saja atau ditambahkan Saran.

- Kesimpulan
Berisi jawaban dari masalah yang diajukan penulis, yang diperoleh dari penelitian.
- Saran
Ditujukan kepada pihak-pihak terkait, sehubungan dengan hasil penelitian.

C. Bagian Akhir

1. Daftar Pustaka

Berisi daftar referensi (buku, jurnal, majalah, dll), yang digunakan dalam penulisan.

2. Lampiran

Penjelasan tambahan dapat berupa uraian, gambar, perhitungan-perhitungan grafik atau tabel, yang merupakan penjelasan rinci dari apa yang disajikan dibagian-bagian terkait sebelumnya.

3. Riwayat Hidup

Berisi biodata mahasiswa, yang terdiri atas nama mahasiswa, tempat/tanggal lahir, nama orang tua, riwayat pendidikan, dan ditanda tangani oleh mahasiswa yang bersangkutan.

Catatan:

Pada proposal penelitian bagian tengah terdiri dari Pendahuluan, Landasan Teori, dan Metode Penelitian.

Sedangkan dalam skripsi pada bagian tengah terdiri dari Pendahuluan, Landasan Teori, Metode Penelitian, Profil Perusahaan (Objek Penelitian) dan Analisis Data Serta Pembahasan, dan Kesimpulan dan Saran.

V. TEKNIK PENULISAN

1. Penomoran Bab serta Subbab

- Bab diberi nomor (dinomori) dengan menggunakan angka latin
- Subbab dinomori dengan menggunakan angka latin dengan mengacu pada nomor bab dibagian mana terdapat.
 - 2..... (Judul Bab)
 - 2.1..... (Judul Subbab)
 - 2.2..... (Judul Subbab)
 - 2.2.1..... (Judul Sub-Subbab)
- Penulisan nomor dan judul bab ditengah dengan huruf besar, ukuran font 14, tebal.
- Penulisan nomor dan judul subbab dimulai dari kiri, dimulai dengan huruf besar ukuran font 12, tebal.

2. Penomoran Halaman

- Bagian Awal, nomor halaman ditulis dengan angka romawi huruf kecil (i,ii,iii,iv,...). Posisi tengah bawah (2 cm dari bawah). Khusus untuk lembar judul dan lembar pengesahan sampai dengan abstrak nomor halaman tidak perlu di ketik, tapi tetap dihitung.
- Bagian Tengah, nomor halaman ditulis dengan angka latin. Halaman pertama dari bab pertama adalah halaman nomor satu. Peletakan nomor halaman untuk setiap awal bab dibagian bawah ditengah, sedangkan halaman lainnya disudut kanan atas.
- Bagian Akhir, nomor halaman ditulis dibagian bawah tengah dengan angka latin dan merupakan kelanjutan dari penomoran pada bagian sudut.

3. Judul dan Nomor Gambar/Grafik/Tabel.

- Judul gambar / grafik diketik dibagian bawah tengah dari gambar. Judul tabel diketik disebelah atas tengah dari tabel.
- Penomoran tergantung pada bab yang bersangkutan, contoh:
Gambar 3.1 berarti gambar pertama yang ada di bab III.
- Tabel atau gambar harus disertai / ditunjukkan sumbernya.

Contoh:

Tabel 1.1
Peringkat Merek Kosmetik di Indonesia

No. Urut	Nama Merek	Jumlah	Persentase
1	Revlon	267	57,17
2	Wardah	47	10,06
3	Sariayu	26	5,56
4	Ponds	21	4,49
5	Citra	17	3,64
		467	100

Sumber : *www.ac-nielsen.com*

4. Aturan Penulisan Daftar Pustaka

- Ditulis berdasarkan urutan penunjukan referensi pada bagian pokok tulisan ilmiah.
- Ditulis menggunakan kutipan-kutipan.
- Menggunakan nomor urut, jika tidak dituliskan secara alfabetik.
- Nama pengarang asing di tulis dengan dengan format: nama keluarga, nama depan.
Nama pengarang Indonesia di tulis normal, yaitu: nama keluarga + nama depan.
- Gelar tidak perlu disebutkan.
- Setiap pustaka diketik dengan jarak satu spasi (rata kiri), tapi antara satu pustaka dengan pustaka yang lainnya diberi jarak dua spasi.
- Bila terdapat lebih dari tiga pengarang, cukup ditulis pengarang pertamanya saja dengan tambahan 'et. al.,'.
- Penulisan daftar pustaka tergantung jenis informasinya yang secara umum memiliki urutan sebagai berikut :

Nama Pengarang, Judul karangan (di cetak tebal), Buku, Edisi, Nama Penerbit, Kota Penerbit, Tahun Penerbitan.

- Tahun terbit disarankan minimal 10 tahun terakhir.
- Daftar pustaka minimal 15 pengarang
- Jurnal yang digunakan sebagai referensi maksimal 5 (lima) judul.

5. Model, Cara dan Penulisan Sumber Daftar Pustaka

Daftar pustaka yang digunakan pada Program Studi Manajemen menggunakan model *Chicago Style*.

Satu Pengarang

1. Alma, Buchari. 2012. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Cetakan Kedelapan, Bandung. Alfabeta.
2. Fuadi, Iski Fadli. 2015. *Hubungan Minta Berwirausaha dengan Praktek Kerja Industri Siswa Kelas XII Teknik Otomotif SMK Negeri I Adiwerna Kabupaten Tegal*. Jurnal PTM, Volume 09. Hal 92-98. Diunduh pada tanggal 11 Oktober 2016.

Dua Pengarang

1. Basri A.F.M dan Rivai. 2009. *Performance Appraisal*, PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
2. Hassan, R.A dan Wafa, S.A. 2010. Predictor Towards Entrepreneurship Intention: A Malaysian Case Study. *Asian Journal of Business and Management Sciences*, Vol I. Page 01-10.

Lebih dari Dua Pengarang

1. Ismail, M, et.al. 2009. Entrepreneurship Intention Among Malaysian Undergraduated. *International Journal of Business and Management*, Vol. 4. No. 10. October. Malaysian.
2. Winda, et.al. 2010. Analisis Faktor Demografi Terhadap Intensi Kewirausahaan Mahasiswa. *Procceding: The 4th National Conference Faculty Business Toward a New Indonesian Business Architecture*. Fakultas Bisnis Unika Widya Mandala Surabaya.

Pengarang Sama

1. Kotler, P & Keller, K.L. 2009. *Marketing Management 13 th ed.* Jilid 1. Jakarta. Erlangga.
2. _____, Kotler, P & Keller, K.L. 2009. *Marketing Management 13 th ed.* Jilid 2. Jakarta. Erlangga

Tanpa Pengarang

1. **Author's Guide...** : 2010. *Prentice Hall, Englewood Cliffs, N.J.*
2. **Interview Manual...**: 2010. *Institute for Social Research, University of Michigan, Ann Arbor, MI*

Buku Terjemahan, Saduran atau Suntingan.

1. Hirson, K,dkk (Penterjemah). 2015. *Manajemen Operasi.* Jakarta. Salemba Empat.

Dari Internet

_____, <http://sumut.bps.go.id> . diakses pada tgl, bln, thn.

Buku Jurnal atau Buletin

1. Silvia. 2013. Pengaruh Enterprenuerial Traits dan Enterpreneurial Skill Terhadap Intensi Kewirausahaan (Studi Empiris Dampak Pendidikan Kewirausahaan Pada Mahasiswa Universitas Petra, Surabaya). *Jurnal Agora. Vol 1, No.1*, Diakses pada tgl, bln, thn
2. Indarti, R. 2014. Intensi Kewirausahaan Mahasiswa: Studi Perbandingan Antara Indonesia, Jepang dan Nowergia. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Indonesia, Vol.23, No.4*. Diakses pada tgl, bln, thn

6. Format Pengetikan

- Menggunakan kertas ukuran A4
- Margin Atas : 4 cm Bawah : 3 cm
Margin Kiri : 4 cm Kanan : 3 cm
- Jarak spasi : 1,5 (Khusus ABSTRAK hanya 1 spasi)
- Jenis huruf (*Font*) : Times New Roman
- Ukuran/variasi huruf.

Judul Bab	: 14/Tebal + Huruf Besar
Isi	: 12/Normal
Subbab	: 12/Tebal
Catatan Kaki	: 10/Normal

7. Hasil Penulisan Penelitian

- Dijilid berbentuk buku dengan jumlah halaman paling banyak (maximal 25 lembar (dua puluh) halaman tidak termasuk cover, halaman judul, daftar isi, kata pengantar dan daftar pustaka, untuk proposal penelitian.
- Diketik dengan menggunakan *Program Software* Pengolah Kata, misal : *Microsoft Word*
- Dicitak dengan printer (dianjurkan dengan *LASER PRINTER / INK PRINTER*)

8. LAMPIRAN

Lampiran ini berisi data, gambar, tabel, atau hasil analisis dan lain-lain yang karena terlalu banyak, sehingga tidak mungkin untuk dimasukkan kedalam bab-bab sebelumnya.

9. KUTIPAN

Dalam penulisan hasil penelitian ilmiah biasanya dimasukkan kutipan-kutipan. Ada beberapa macam kutipan sebagai berikut

- a. **Kutipan langsung (*Direct Quotation*)** yang terdiri dari kutipan langsung pendek dan kutipan langsung panjang. Kutipan langsung pendek adalah kutipan yang harus persis sama dengan sumber aslinya dan ini biasanya untuk mengutip rumus, peraturan, puisi, definisi, pertanyaan ilmiah dan lain-lain. Kutipan langsung pendek ini adalah kutipan yang panjangnya tidak melebihi tiga baris ketikan. Kutipan ini cukup dimasukkan ke dalam teks dengan memberikan tanda petik diantara kutipan tersebut. Sedangkan kutipan panjang langsung adalah kutipan yang panjangnya melebihi tiga baris ketikan dan kutipan harus diberi tempat tersendiri dalam alinea baru.

Contoh :

❖ Kutipan Panjang (lebih dari 3 baris)

Kotler (2012: 12) mengemukakan :

Manajemen pemasaran adalah sebagai seni dan ilmu untuk memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul.

❖ Kutipan Pendek (tidak lebih dari 3 baris)

Menurut Kotler (2012; 75): **tren adalah arah atau urutan kejadian yang mempunyai momentum dan durabilitas.**

- b. **Kutipan tidak langsung (*Indirect Quotation*)** merupakan kutipan yang tidak persis sama dengan sumber aslinya. Kutipan ini merupakan ringkasan atau pokok-pokok yang disusun menurut jalan pikiran pengutip. Baik kutipan tidak langsung pendek maupun panjang harus dimasukkan kedalam kalimat atau alinea. Dalam kutipan tidak langsung pengutip tidak boleh memasukkan pendapatnya sendiri.

Ada dua cara dalam menempatkan sumber kutipan sebagai berikut :

- a. Cara ringkas yaitu menempatkan sumber kutipan dibelakang bahan yang dikutip yang ditulis dalam tanda kurung dengan menyebutkan “*Nama pengarang, Tahun penerbitan dan Halaman yang dikutip*”.

Contoh :

Menurut Mintzberg (1979) dikutip dari Abernethy dan Lillis (2001) bahwa sangatlah berharga dalam mengerti interpendensi, koordinasi dan struktur pada organisasi yang kompleks.

Meski demikian para peneliti terus memiliki pandangan yang relatif kurang mengenai bagaimana sistem-sistem pengendalian beroperasi dalam konteks organisasional (Otley & Pollaran, 1997).

- b. Cara langsung yaitu menempatkan sumber kutipan langsung dibawah pernyataan yang dikutip yang dipisahkan dengan garis lurus sepanjang garis teks. Jarak antara garis pemisah dengan teks satu spasi, jarak antara garis pemisah dengan sumber kutipan 2 spasi, dan jarak baris dari kutipan harus satu spasi.

PROPOSAL PENELITIAN

**ANALISIS DAMPAK KEGIATAN PEMASARAN
MEDIA SOSIAL PADA LOYALITAS MEREK
DENGAN KESADARAN MEREK SEBAGAI
VARIABEL PERANTARA
(STUDI PADA MEREK TRAVELOKA)**

DISUSUN OLEH:

**ANGGRAENI SILAEN
14520145**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS HKBP NOMMENSEN
MEDAN
2018**

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Anggraeni Silaen
N.P.M : 14520145
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Judul Skripsi : ANALISIS DAMPAK KEGIATAN PEMASARAN
MEDIA SOSIAL PADA LOYALITAS MEREK
DENGAN KESADARAN MEREK SEBAGAI
VARIABEL PERANTARA (STUDI PADA MEREK
TRAVELOKA)

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan Skripsi yang tekah saya buat ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata dikemudian hari penulisan Skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib di Universitas HKBP Nommensen.

Demikian, pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dipaksakan.

Penulis

Materai Rp. 6000

[]

Lampiran 3: Contoh Format Penulisan Abstrak

ABSTRAK

Abstrak merupakan pepadatan dari hasil penelitian / tulisan.

Ditulis 1 spasi dengan jumlah maksimum 200 kata (maksimal 1 halaman).

Isi abstrak mencakup tujuan atau pertanyaan yang ingin dijawab oleh peneliti, metode penelitian / penulisan, dan kesimpulan yang diperoleh dari penelitian.

Judul (dibold/ditebalkan)

Isi abstrak = 1 spasi dan tdk dibold/ditebalkan

Kata Kunci = dicetak miring (minimal 4 kata)

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

Kata Kunci: *Pemasaran, Merek, Citra Merek, Kesadaran Merek*

Manajemen Pengetahuan, Kompetensi Kewirausahaan Dan Pengembangan Usaha Pada Usaha Menengah Kecil Mikro (UMKM) Kota Medan

Anggraeni Silaen (silaen.anggraeni@gmail.com)

ABSTRAK

Negara Indonesia saat ini masih berada pada tingkatan negara berkembang. Pada 2015, kontribusi UMKM Indonesia menempati 15,8% dari total ekspor, negara tetangga melesat jauh seperti Thailand 29,5%, Filipina 20%. Bahkan negara maju menunjukkan UMKM berkontribusi sangat besar terhadap total ekspor seperti Jerman 55,9% dan Jepang 53,8%. Peluang Indonesia menjadi negara dengan kekuatan UMKM besar di Asia Tenggara bahkan dunia terbuka lebar, terlebih ditopang dengan jumlah konsumen domestik yang besar dan jumlah tenaga kerja produktif yang mencapai lebih 122 juta jiwa.

Terdapat sejumlah faktor-faktor yang selama ini diabaikan para pelaku UMKM, seperti bagaimana cara para pelaku UMKM dalam mengelola manajemen pengetahuan yang mereka miliki, atau bagaimana menghasilkan pengetahuan, menggunakan dengan tepat, dan mentransfer pengetahuan tersebut kepada orang lain atau ahli waris.

Tujuan penelitian ini adalah: 1) Untuk menentukan perspektif para pelaku UMKM di Kota Medan?, 2) Untuk melihat hubungan antara pengetahuan manajemen, kompetensi kewirausahaan, dan pengembangan usaha di Kota Medan?, 3) Sebagai saran untuk meningkatkan kualitas hidup para pelaku UMKM di Kota Medan?

Penelitian ini dibagi dalam dua tahap. Tahap pertama adalah untuk mengidentifikasi proses pengetahuan manajemen dalam UMKM dan juga untuk menentukan hubungannya dengan pengembangan organisasi berdasarkan persepsi dari para responden. Pada tahap ini digunakan penelitian eksplorasi. Tahap kedua, kompetensi kewirausahaan akan diidentifikasi dan hubungan diantara variabel tersebut, untuk menentukan variabel mana yang paling penting dalam pembentukan *entrepreneur*. Pada tahap kedua ini menggunakan penelitian kuantitatif. Lokasi penelitian berada di kota medan pada UMKM di Kota Medan, yang terdiri dari Medan Perjuangan dan Medan Sunggal dengan jumlah sampel sebanyak 100 UMKM.

Instrumen dalam penelitian terdiri dari tiga variabel, yaitu manajemen pengetahuan, kompetensi kewirausahaan, dan kinerja organisasi yang diukur melalui produktivitas dari masing-masing perusahaan. Variabel pertama yaitu manajemen pengetahuan dilakukan dengan metode wawancara dan waktu yang diperlukan untuk melakukan wawancara berkisar antara 60-120 menit. Variabel kedua yaitu kompetensi kewirausahaan (X). Dan variabel yang ketiga yaitu pengembangan usaha yang diukur dengan melihat kinerja organisasi (Y). Pengumpulan data pada variabel X dan Y dilakukan dengan menggunakan kuesioner dan diberikan kepada responden.

Penelitian ini kiranya dapat memberi masukan kepada pemerintah, masyarakat dan pelaku UMKM itu sendiri. Bagi para pemerintah kiranya dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk menentukan dan merumuskan program-program yang berkaitan dengan UMKM yang mampu meningkatkan taraf hidup masyarakat di kota Medan. Bagi para pelaku UMKM kiranya dapat sebagai bahan masukan dan pertimbangan untuk melakukan pengembangan usaha dan mengali potensi kewirausahaan untuk meningkatkan kualitas hidupnya.

Kata Kunci : *Manajemen Pengetahuan, Kompetensi Kewirausahaan, Pengembangan Usaha, dan UMKM.*

DAFTAR ISI

Halaman Sampul	i
Halaman Prosedur Penulisan Skripsi	ii
Daftar Isi	iv
Daftar Tabel	v
Daftar Gambar	vi
BAB 1: PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB 2: LANDASAN TEORI, PENELITIAN TERDAHULU DAN HIPOTESIS	
2.1 Landasan Teori	6
2.1.1 Pengertian Media Sosial	6
2.1.2 Karakteristik Media Sosial	6
2.1.3 Bentuk-Bentuk Dari Media Sosial	7
2.1.4 Variabel Pemasaran Media Sosial	8
2.1.5 Indikator Kegiatan Pemasaran Media Sosial	9
2.2 Loyalitas Merek	11
2.2.1 Indikator Loyalitas Merek	11
2.3 Kesadaran Merek	12
2.3.1 Faktor-Faktor Dalam Kesadaran Merek	13
2.3.2 Indikator Kesadaran Merek	14
2.4 Penelitian Terdahulu	14
2.5 Hipotesis Penelitian	15
2.5.1 Pemasaran Media Sosial Pada Loyalitas Merek	15
2.5.2 Pemasaran Media Sosial Pada Kesadaran Merek ...	16
2.5.3 Pemasaran Media Sosial Pada Loyalitas Merek dengan Kesadaran Merek Sebagai Variabel Perantara	17

BAB 3: METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian.....	19
3.2 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	19
3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling Penelitian.....	19
3.3.1 Populasi.....	19
3.3.2 Sampel.....	19
3.3.3 Teknik Sampling.....	20
3.4 Jenis Data Penelitian.....	20
3.4.1 Data Primer.....	20
3.4.2 Data Sekunder.....	20
3.5 Pengumpulan data.....	20
3.6 Defenisi Operasional Variabel Penelitian.....	21
3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	22
3.8 Uji Asumsi Klasik	
3.8.1 Uji Normalitas.....	23
3.8.2 Uji Heterokedasitas.....	24
3.8.3 Uji Multikolinearitas.....	25
3.9 Metode Analisis Data	
3.9.1 Uji Parsial (t).....	26
3.9.2 Uji Simultan (F).....	27
3.9.3 Uji Koefiesien Determinasi (R^2).....	28
Daftar Pustaka.....	30
Lampiran.....	32

DAFTAR ISI

Halaman Sampul	i
Halaman prosedur penulisan skripsi	ii
Daftar isi	iv
Daftar tabel	v
Daftar gambar	vi
BAB 1: PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB 2: LANDASAN TEORI DAN PENELITIAN TERDAHULU	
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Nilai Perusahaan	9
2.1.2 Profitabilitas	12
2.1.3 Kebijakan Deviden	15
2.1.4 Struktur Modal	16
2.2 Penelitian Terdahulu	18
BAB 3: METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian	32
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	32
3.3 Populasi dan Sampel	33
3.4 Metode Pengambilan Sampel	33
3.5 Jenis dan Sumber Data	34
3.6 Identifikasi dan Definisi Operasional Variabel	
3.6.1 Identifikasi Variabel	35
3.6.2 Definisi Operasional	35
3.7 Teknik Pengumpulan Data	40
Daftar Pustaka	48
Lampiran	

DAFTAR ISI

Halaman Sampul	i
Halaman Prosedur Penulisan Skripsi	ii
Daftar Isi	iv
Daftar Tabel	v
Daftar Gambar	vi
BAB 1: PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB 2: LANDASAN TEORI, PENELITIAN TERDAHULU DAN HIPOTESIS	
2.1 Landasan Teori	6
2.1.1 Pengertian Media Sosial	6
2.1.2 Karakteristik Media Sosial	6
2.1.3 Bentuk-Bentuk Dari Media Sosial	7
2.1.4 Variabel Pemasaran Media Sosial	8
2.1.5 Indikator Kegiatan Pemasaran Media Sosial	9
2.2 Loyalitas Merek	11
2.2.1 Indikator Loyalitas Merek	11
2.3 Kesadaran Merek	12
2.3.1 Faktor-Faktor Dalam Kesadaran Merek	13
2.3.2 Indikator Kesadaran Merek	14
2.4 Penelitian Terdahulu	14
2.5 Hipotesis Penelitian	15
2.5.1 Pemasaran Media Sosial Pada Loyalitas Merek	15
2.5.2 Pemasaran Media Sosial Pada Kesadaran Merek ...	16
2.5.3 Pemasaran Media Sosial Pada Loyalitas Merek dengan Kesadaran Merek Sebagai Variabel Perantara	17

BAB 3: METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian.....	19
3.2 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	19
3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling Penelitian.....	19
3.3.1 Populasi.....	19
3.3.2 Sampel.....	19
3.3.3 Teknik Sampling.....	20
3.4 Jenis Data Penelitian.....	20
3.4.1 Data Primer.....	20
3.4.2 Data Sekunder.....	20
3.5 Pengumpulan data.....	20
3.6 Defenisi Operasional Variabel Penelitian.....	21
3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	22
3.8 Uji Asumsi Klasik	
3.8.1 Uji Normalitas.....	23
3.8.2 Uji Heterokedasitas.....	24
3.8.3 Uji Multikolinearitas.....	25
3.9 Metode Analisis Data	
3.9.1 Uji Parsial (t).....	26
3.9.2 Uji Simultan (F).....	27
3.9.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	28

BAB 4: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan/Objek Penelitian.....	30
4.2 Hasil Penelitian.....	31
4.2.1 Deskripsi Responden.....	32
4.2.2 Deskripsi atas variabel loyalitas merek.....	33
4.2.3 Deskripsi atas variabel kesadaran merek.....	34
4.2.4 Deskripsi atas variabel pemasaran media sosial.....	35
4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	36
4.4 Uji Asumsi Klasik	
4.4.1 Uji Normalitas.....	37
4.4.2 Uji Heterokedasitas.....	38
4.4.3 Uji Multikolinearitas.....	39
4.5 Metode Analisis Data	
4.5.1 Uji Parsial (t).....	40
4.5.2 Uji Simultan (F).....	41

4.5.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	42
4.6 Pembahasan	
4.6.1 Pengaruh Pemasaran Media Sosial Pada Loyalitas Merek.....	43
4.6.2 Pengaruh Pemasaran Media Sosial Pada Kesadaran Merek.....	44
4.6.3 Pengaruh Pemasaran Media Sosial dan Loyalitas Merek Kesadaran Merek secara bersama-sama	45
BAB 5 : KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	46
5.2 Saran	47
Daftar Pustaka.....	48
Lampiran.....	50

DAFTAR ISI

Halaman Sampul	i
Halaman prosedur penulisan skripsi	ii
Daftar isi	iv
Daftar tabel	v
Daftar gambar	vi
BAB 1: PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB 2: LANDASAN TEORI DAN PENELITIAN TERDAHULU	
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Nilai Perusahaan	9
2.1.2 Profitabilitas	12
2.1.3 Kebijakan Deviden	15
2.1.4 Struktur Modal	16
2.2 Penelitian Terdahulu	18
BAB 3: METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian	32
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	32
3.3 Populasi dan Sampel	33
3.4 Metode Pengambilan Sampel	33
3.5 Jenis dan Sumber Data	34
3.6 Identifikasi dan Definisi Operasional Variabel	
3.6.1 Identifikasi Variabel	35
3.6.2 Definisi Operasional	35
3.7 Teknik Pengumpulan Data	40
BAB 4: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Hasil Penelitian	42

4.1.1 Deskripsi Penelitian	42
4.1.4 Analisis Jalur	51
4.2 Pembahasan.....	52
4.2.1 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan.	52
4.2.2 Pengaruh Kebijakan Deviden Terhadap Nilai Perusahaan.....	54
4.2.3 Pengaruh Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan.....	54
4.2.4 Pengaruh Profitabilitas dan Kebijakan deviden Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Intervening	55
 BAB 5 : KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	60
5.2 Saran	62
Daftar Pustaka.....	48
Lampiran.....	50

DAFTAR TABEL

	Halaman
2.1 Penelitian Terdahulu	29
4.1 Waktu Penelitian	32
4.2 Perusahaan manufaktur yang menjadi sampel penelitian	33
4.3 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	47
4.4 Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan	48
4.5 Kebijakan Deviden Terhadap Nilai Perusahaan	49
4.6 Profitabilitas dan Kebijakan Deviden Terhadap Struktur Modal ..	50
4.7 Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan	51

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1 Kerangka Pemikiran Konseptual.	28
4.1 Ringkasan Koefisien Jalur	52

RIWAYAT HIDUP

Penulis lahir tanggal 17 Agustus 1980 di Medan, putra ketiga dari 3 (tiga) orang bersaudara, Ayah Kartono dan Ibu Kartini

Pendidikan yang ditempuh adalah sebagai berikut:

1. SD Metodist 5 Medan, Tamat Tahun 1994
2. SD Metodist 5 Medan, Tamat Tahun 1997
3. SD Metodist 5 Medan, Tamat Tahun 2000

Pada tahun 2000, diterima menjadi mahasiswa pada Program Studi Manajemen Fakultas EKonomi Universitas HKBP Nommensen Medan. Sejak tahun 2003 sampai sekarang, penulis bekerja sebagai staf pada bidang Perencanaan pada PT Berdikari Indonesia di Medan yang bergerak pada bidang Properti.

Demikian riwayat hidup ini saya perbuat dengan sebenar-benarnya.

Medan, _____

Anggraeni Silaen

DAFTAR PUSTAKA

- Chen, L., Xinlei. 2004. *On The Relation Between The Market To Book Ratio, Growth Opportunity and Leverage Ratio*. Department of Finance Michigan State University.
- Chen, Li-Ju and Shun-Yu Chen. 2011. The Influence of Profitability on Firm Value with Capital Structure as The Mediator and Firm Size and Industry as Moderators. *Investment Management and Financial Innovations*, Vol.8, Issue 3, pp. 121-129.
- Hermuningsih, Sri. 2013. Pengaruh Profitabilitas, Growth Opportunity, Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Publik di Indonesia. *Buletin Ekonomi Moneter dan Perbankan*, Oktober, pp. 127-148.
- Husnan, S., dan E. Pudjiastuti. 2004. *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*, Edisi Keempat, UUP AMP YKPN, Yogyakarta.
- Institute for Economic and Financial Research. 2009. *Indonesia Capital Market Directory 2009*. Indonesia. ECFIN.
- _____ 2010. *Indonesia Capital Market Directory 2010*. Indonesia. ECFIN.
- _____ 2011. *Indonesia Capital Market Directory 2011*. Indonesia. ECFIN.
- _____ 2012. *Indonesia Capital Market Directory 2012*. Indonesia. ECFIN.
- _____ 2013. *Indonesia Capital Market Directory 2013*. Indonesia. ECFIN.
- Jensen, M. and Meckling, W.2006. Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure. *Journal of Financial Economics*, Vol. 3, pp. 305-60.
- Keown Arthur J, et.al. 2000. *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*. Jakarta: Salemba Empat.

Tandelilin, Eduardus. 2010. *Analisis Investasi dan Manajemen Portofolio*, Cetakan Pertama. Yogyakarta: BPFE.

Velnampy, T dan J.A. Niresh.2012. The Relationship between Capital Structure and Profitability. *Global Journal of Management and Business Research* Vol 12 Issue 13 2012. pp. 66-74.