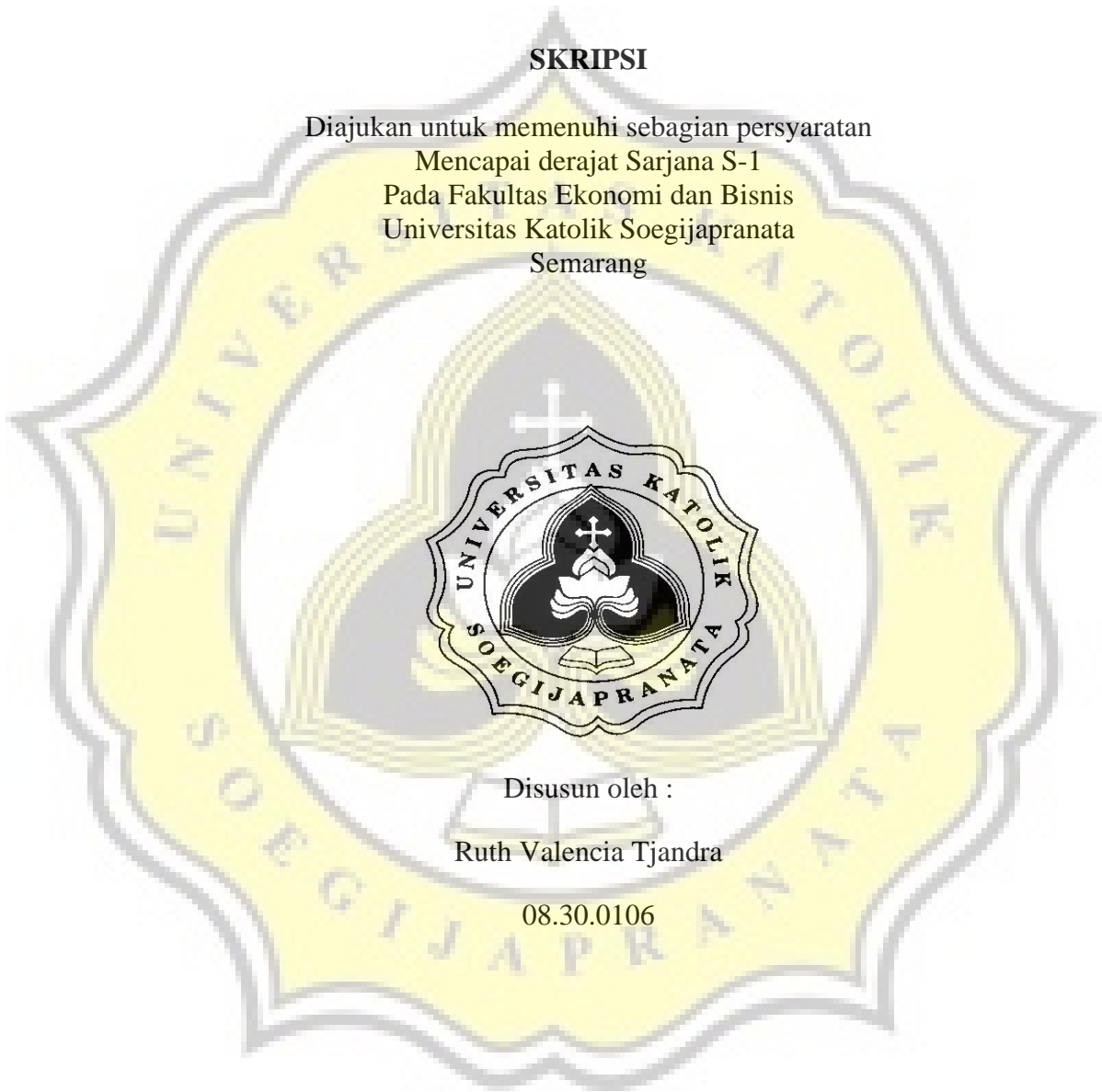


**IDENTIFIKASI GAYA KEPEMIMPINAN TRANSFORMASIONAL WANITA
DALAM BERWIRAUSAHA**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan
Mencapai derajat Sarjana S-1
Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Katolik Soegijapranata
Semarang



Disusun oleh :

Ruth Valencia Tjandra

08.30.0106

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
2013**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Ruth Valencia Tjandra

NIM : 08.30.0106

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Jurusan : Manajemen

Dosen Pembimbing : Drs. Y. Sugiharto, MM.

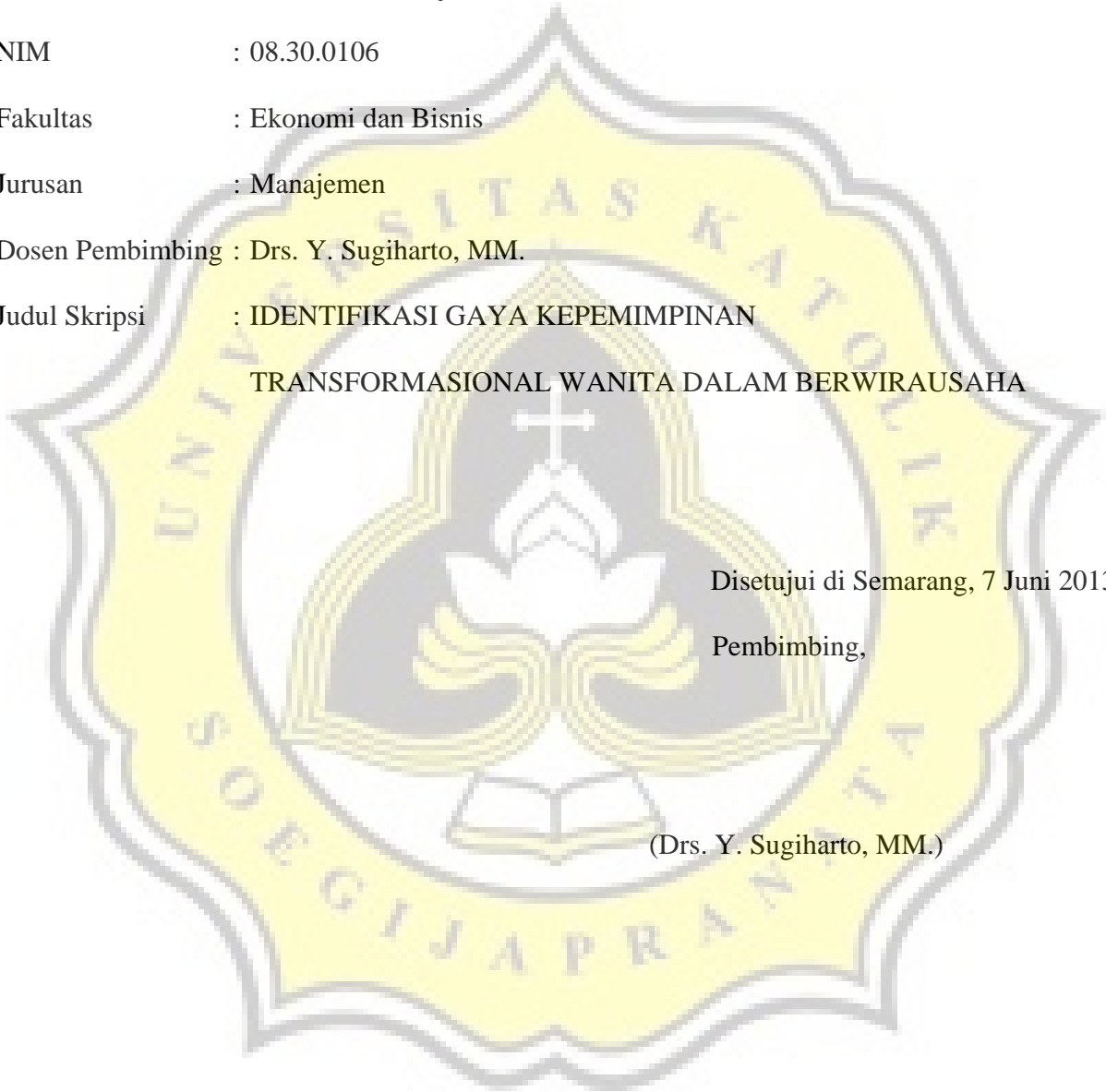
Judul Skripsi : IDENTIFIKASI GAYA KEPEMIMPINAN

TRANSFORMASIONAL WANITA DALAM BERWIRAUSAHA

Disetujui di Semarang, 7 Juni 2013

Pembimbing,

(Drs. Y. Sugiharto, MM.)



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR GAMBAR	iv
DAFTAR TABEL	v
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	3
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	4
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	4
1.3.2 Manfaat Penelitian.....	4
1.4 Sistematika Penulisan.....	4
BAB II LANDASAN TEORI	6
2.1 Pengertian Wirausaha (Entrepreneur).....	6
2.2 Pengertian Kepemimpinan (Leadership)	10
2.2.1 Tipe – tipe Kepemimpinan.....	11
2.3 Perbedaan Antara Pemimpin dan Manajer.....	16
2.4 Perbedaan Antara Pria dan Wanita.....	18
2.5 Kepemimpinan Transformasional	20

2.6 Kepemimpinan Transaksional.....	25
2.7 Kerangka Pikir	27
2.9 Definisi Operasional	28
BAB III METODE PENELITIAN	32
3.1 Objek dan Lokasi Penelitian	32
3.2 Populasi dan Sampel	32
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	33
3.3.1 Jenis dan Sumber Data	33
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data	33
3.3.3 Alat Pengumpulan Data.....	34
3.3.4 Skala Pengumpulan Data.....	34
3.4 Metode Analisis Deskriptif	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	37
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	37
4.2 Gambaran Umum Responden	39
4.3 Analisis Data Deskriptif.....	41
BAB V PENUTUP	51
5.1 Kesimpulan	51
5.2 Saran.....	51

LAMPIRAN

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : **PENGARUH IKLAN TELEVISI SOYJOY VERSI NADYA HUTAGALUNG
TERHADAP SIKAP KONSUMEN SOYJOY
DI SEMARANG**

Disusun Oleh :

Nama : Armetalia Wijaya

NIM : 07.30.0186

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata

Telah dipertahankan dihadapan Penguji pada tanggal 24 Februari 2012

Tim Penguji

Koordinator

(A. Haryo Perwito, SE. MA-TRM)

Anggota

Anggota

(Dra. Retno Yustini, M.Si)

(Drs. Y. Sugiharto, MM)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Katolik Soegijapranata Semarang

(Prof. Dr. Andreas Lako)

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Armetalia Wijaya

NIM : 07.30.0186

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata Semarang

Judul Skripsi : **PENGARUH IKLAN TELEVISI SOYJOY VERSI NADYA HUTAGALUNG
TERHADAP SIKAP KONSUMEN SOYJOY DI SEMARANG**

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri, apabila dikemudian hari ditemukan adanya bukti plagiasi, manipulasi dan atau pemalsuan data maupun kecurangan lain. Saya bersedia untuk menerima sanksi dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.

Semarang, 6 Februari 2012

(Armetalia Wijaya)

HALAMAN MOTTO

*Musuh yang paling berbahaya adalah penakut dan bimbang
Sedangkan sahabat yang paling setia adalah pemberani dan keyakinan yang teguh.*

*Kebanggaan kita yang terbesar adalah bukan tidak pernah gagal, tetapi bangkit kembali
setiap kali kita jatuh.*



*Kupersembahkan skripsi ini untuk;
Ke dua orang tua saya...
Dengan Doa dan Kasih Sayangnya
yang tak pernah putus sepanjang masa.
Ooh Andre, kakak saya tercinta...
Serta saudara dan teman-teman..
yang selalu memberikan semangat
dan motivasi dalam pembuatan skripsi ini.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur senantiasa penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa. Atas berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “PENGARUH IKLAN TELEVISI SOYJOY VERSI NADYA HUTAGALUNG TERHADAP SIKAP KONSUMEN SOYJOY DI SEMARANG” sebagai salah satu syarat untuk memenuhi pendidikan Strata 1 pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen, Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis telah banyak memperoleh bantuan dari berbagai pihak, maka pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan terimakasih kepada :

1. Tuhan Yesus Kristus, yang senantiasa selalu menyertai serta melimpahkan berkat dan rahmat-Nya kepada penulis.
2. Bapak Prof. Dr. Andreas Lako, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.
3. Ibu Eny Trimeiningrum, S.E., M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.
4. Bapak Drs. Y. Sugiharto, MM selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, petunjuk, dan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Ibu Berta Bekti Retnowati, S.E., M.Si dan Ibu Dra. Retno Yustini, M.Si selaku dosen penguji yang telah memberikan arahan serta bimbingan selama penyusunan skripsi ini.
6. Pihak Administrator Soyjoy, yang telah memberikan informasi yang mendukung dalam pembuatan skripsi ini, serta dukungannya dalam penyusunan skripsi ini.

7. Para Responden, yang telah turut berpartisipasi dalam mengisi kuesioner untuk mendukung penulisan skripsi ini.
8. Kedua orang tua tercinta (Papa See Hiong dan Mama Yen Lie), terimakasih atas doa, kasih sayang, semangat, dukungan, dan perhatian yang tiada habisnya untuk penulis.
9. Kakak tercinta, Ooh Andre Kurniawan Wijaya yang senantiasa membantu dan mendukung dalam penulisan skripsi ini.
10. Sepupuku tercinta, Cie Yutien Winoto yang selalu membantu dan memberikan semangat dalam penyelesaian penulisan skripsi ini.
11. Cici Angkatku tercinta, Cie Melly Setiawati yang selalu memacu dan member semangat penulis untuk segera menyelesaikan skripsi dan di wisuda.
12. Untuk *My Best Friends* selama kuliah, *Everlasting Friends* (Diana, Karina, Monica, Michelle, Intan, Nanda dan Riri) yang selalu memberikan doa, saran-saran, dan dukungan tiada tandingannya sejak awal kuliah hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
13. Untuk *My Best Friends* selama SMA, *Rebellion Community* (Herlina, Henny, Olivia, Bena dan Maretta, yang selalu menerima keluh kesah penulis, memberi semangat dan menghibur penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
14. Untuk Yulita Eka Selvina, Agatha Anggarini, Devina Siejaya, Cie Weiny Sekatimura, Kartini, Nindy, Cc Henny, Koh Edward, Koh Stephen Wibisono, Cie Marcella Davina yang membantu dan selalu memberi semangat dalam penulisan skripsi ini.
15. Semua pihak yang tak mungkin penulis sebutkan satu-persatu yang telah banyak membantu terselesaikannya skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih belum sempurna, oleh karena itu kritik dan saran guna menyempurnakan penulisan ini akan penulis terima dengan senang hati. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang memerlukan.

Semarang, 6 Februari 2012

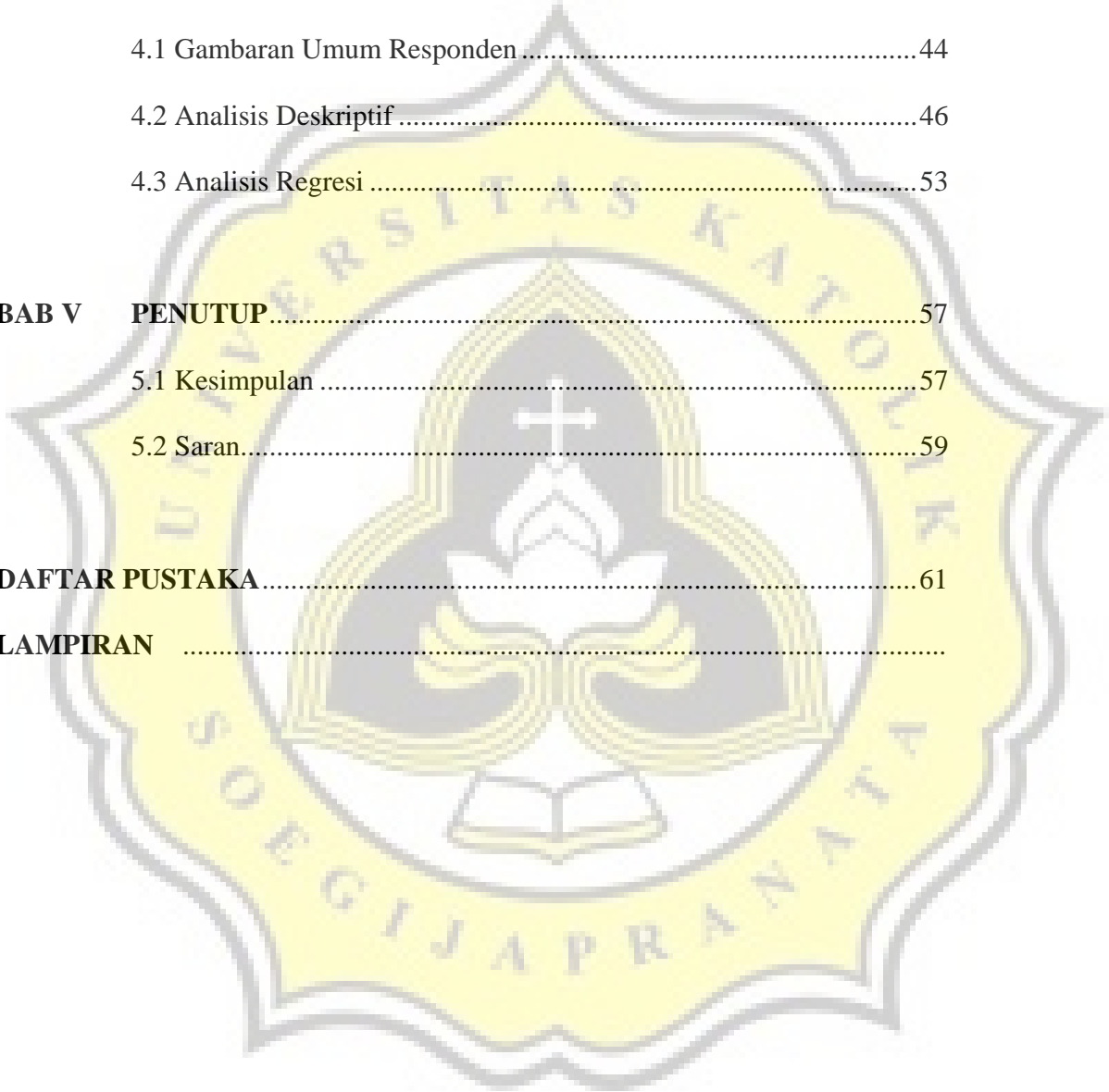
(Armetalia Wijaya)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN MOTTO PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	9

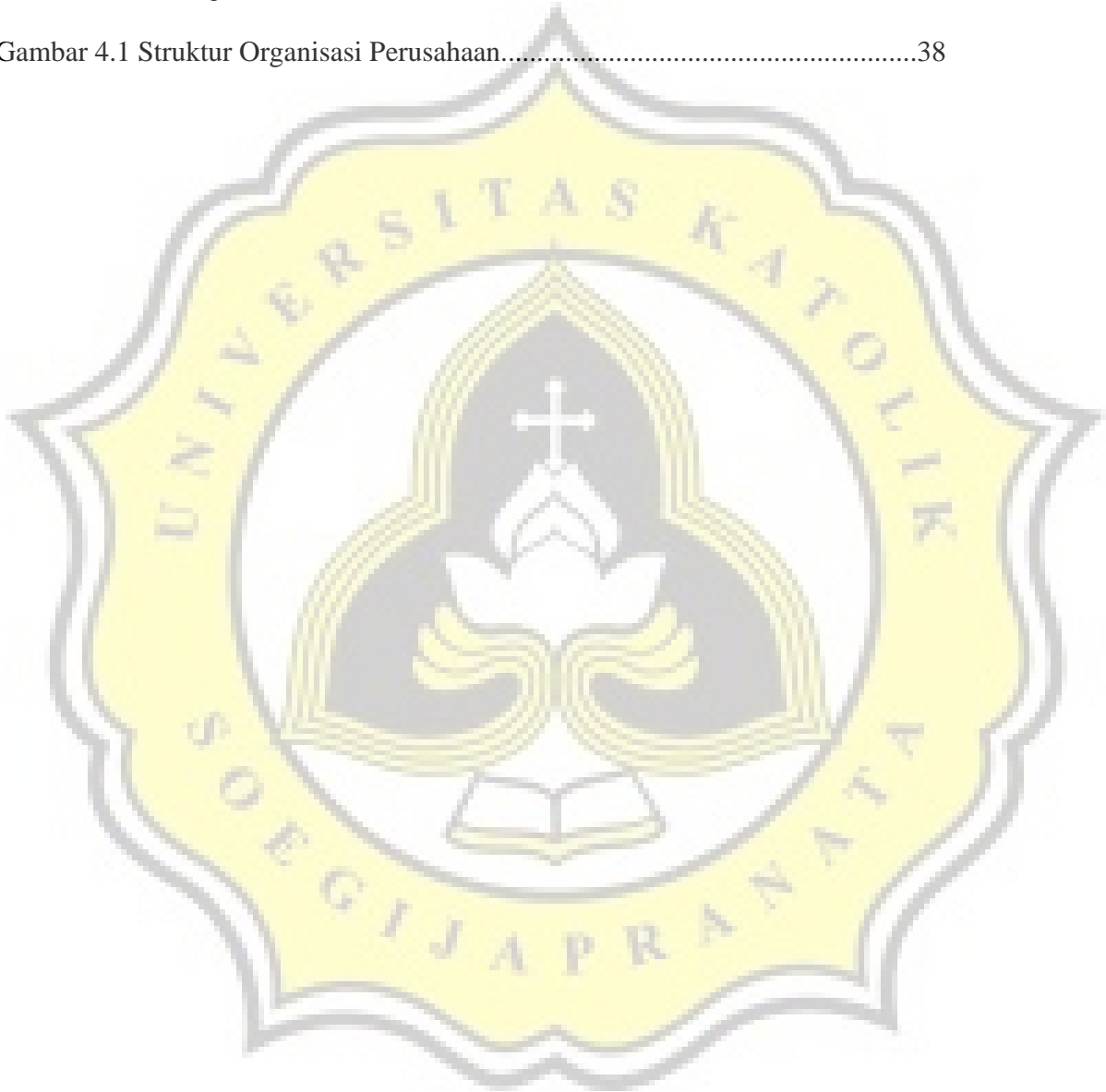
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	9	
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	9	
1.3.2 Manfaat Penelitian.....	10	
1.4 Sistematika Penulisan.....	10	
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	12	
2.1 Pengertian Pemasaran	12	
2.2 Perilaku Konsumen.....	13	
2.3 Sikap Konsumen	14	
2.4 Iklan.....	17	
2.5 Iklan Televisi dan Komponennya.....	23	
2.6 Efektivitas Iklan	30	2.7
Kerangka Pikir 32		
2.8 Hipotesis	32	
2.9 Definisi Operasional	33	
BAB III METODE PENELITIAN.....	35	
3.1 Objek dan Lokasi Penelitian	35	
3.2 Populasi dan Sampel	35	
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	36	
3.3.1 Jenis dan Sumber Data	36	
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data	36	
3.3.3 Alat Pengumpulan Data.....	36	

3.3.4 Pengujian Alat Pengumpulan Data.....	37
3.4 Analisis Data.....	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	44
4.1 Gambaran Umum Responden.....	44
4.2 Analisis Deskriptif	46
4.3 Analisis Regresi	53
BAB V PENUTUP.....	57
5.1 Kesimpulan	57
5.2 Saran.....	59
DAFTAR PUSTAKA.....	61
LAMPIRAN



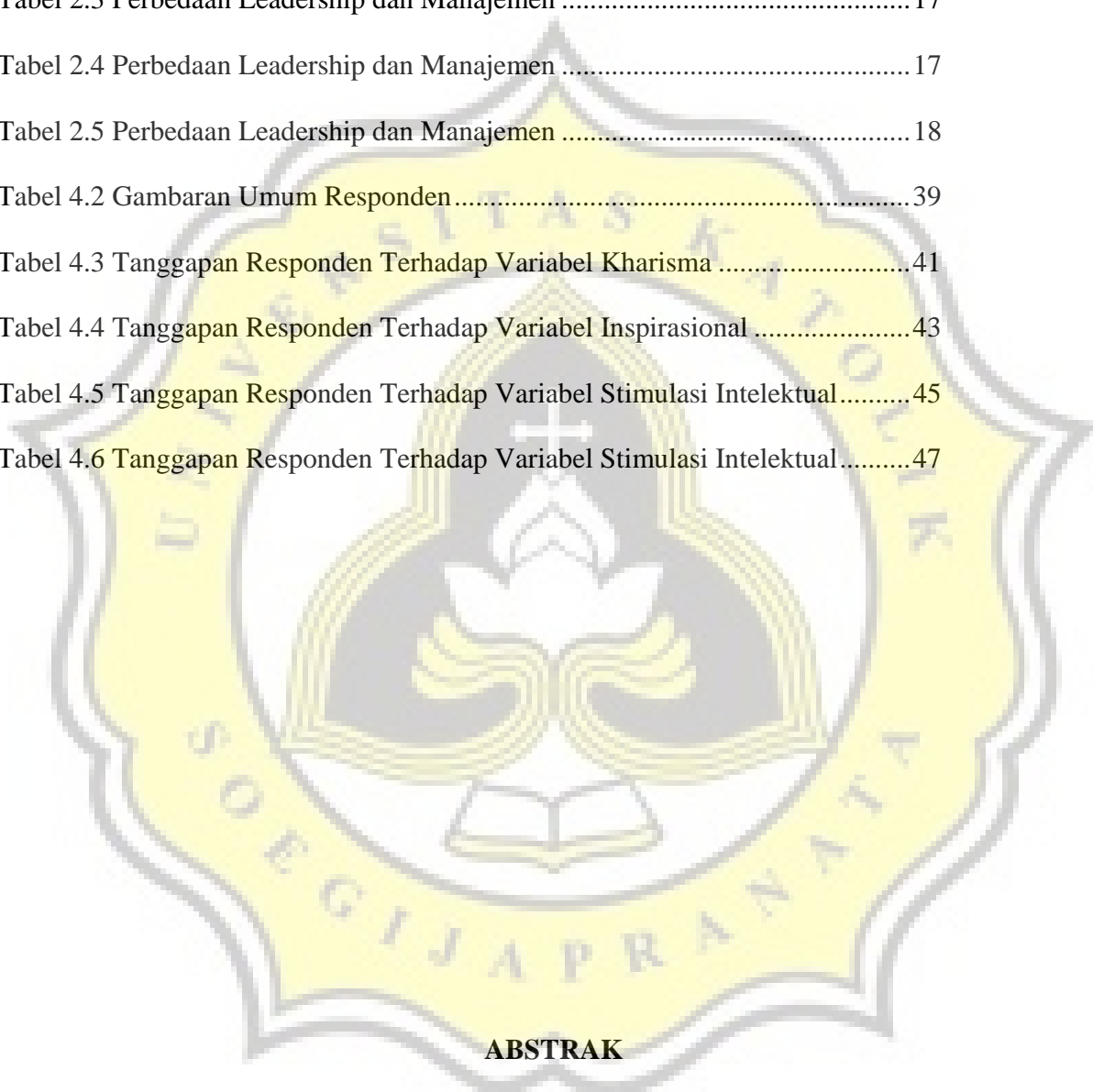
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.6 Kerangka Pikir Penelitian	28
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Perusahaan.....	38



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Apa yang dilihat dari seongkok kotoran kerbau?	8
Tabel 2.2 Ciri – ciri dan Watak Wirausahawan.....	8
Tabel 2.3 Perbedaan Leadership dan Manajemen	17
Tabel 2.4 Perbedaan Leadership dan Manajemen	17
Tabel 2.5 Perbedaan Leadership dan Manajemen	18
Tabel 4.2 Gambaran Umum Responden.....	39
Tabel 4.3 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kharisma	41
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Inspirasional	43
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Stimulasi Intelektual.....	45
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Stimulasi Intelektual.....	47



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan: (1) Untuk mengetahui apakah bintang iklan memiliki pengaruh terhadap sikap konsumen pada produk Soyjoy. (2) Untuk mengetahui apakah desain iklan memiliki pengaruh terhadap sikap konsumen pada produk Soyjoy. (3) Untuk mengetahui apakah pesan iklan memiliki pengaruh terhadap sikap konsumen pada produk Soyjoy. (4) Untuk mengetahui apakah frekuensi iklan memiliki pengaruh terhadap sikap konsumen pada produk

Soyjoy. (5) Untuk mengetahui apakah lama penayangan iklan memiliki pengaruh terhadap sikap konsumen pada produk Soyjoy. (6) Untuk mengetahui apakah bintang iklan, desain iklan, pesan iklan, frekuensi iklan, lama penayangan iklan secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap sikap konsumen pada produk Soyjoy. Data pada penelitian ini adalah data primer. Untuk melakukan pengujian hipotesis dilakukan uji analisis regresi.

Berdasarkan pada hasil analisis dan pembahasan pada bagian sebelumnya maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: (1) Terdapat pengaruh bintang iklan terhadap sikap konsumen pada produk soyjoy. (2) Tidak terdapat pengaruh desain iklan terhadap sikap konsumen pada produk soyjoy. (3) Tidak terdapat pengaruh pesan iklan terhadap sikap konsumen pada produk soyjoy. (4) Terdapat pengaruh frekuensi melihat iklan terhadap sikap konsumen pada produk soyjoy. (5) Terdapat pengaruh lama penayangan iklan terhadap sikap konsumen pada produk soyjoy. (6) Terdapat pengaruh dari bintang iklan, desain iklan, pesan iklan, frekuensi melihat iklan, lama penayangan iklan secara bersama-sama.

Kata Kunci : Iklan, Soyjoy, Sikap



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gaya kepemimpinan transformasional wanita dalam berwirausaha. Obyek dalam penelitian ini adalah pemimpin CAMBIUM FURNITURE. Lokasi penelitian dilakukan di CAMBIUM FURNITURE Jl. Raya Ngabul km 8,3 Jepara. Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer. Teknik sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik sampel *nonprobability sampling*. Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah Skala Likert. Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah kuesioner yang diisi langsung oleh responden dan wawancara dengan pemimpin.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa gaya kepemimpinan pemimpin CAMBIUM FURNITURE mengarah pada gaya kepemimpinan transformasional yang tinggi. Artinya menurut tanggapan responden yaitu karyawan CAMBIUM FURNITURE, gaya kepemimpinan yang diterapkan oleh pemimpin CAMBIUM FURNITURE yaitu Ibu Lenny Yulianti membuat karyawan merasa pemimpin memiliki kharisma, mampu memberikan inspirasi, mempunyai stimulasi intelektual yang baik, dan perhatian individual yang baik.

Kata kunci : gaya kepemimpinan, transformasional, wanita