



# **KEWIRAUSAHAAN**

---

# **DAN MANAJEMEN**

---

# **BISNIS**

---

Editor:

**Keumala Hayati**  
**Nuzul Inas Nabila**

---


# **KEWIRAUSAHAAN DAN MANAJEMEN BISNIS**

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Kewirausahaan dan Manajemen Bisnis  
Penulis : Keumala hayati dan Nuzul Inas Nabila  
Bidang ilmu : Manajemen  
Instansi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung  
Jenis Publikasi : Buku  
No ISBN : 978-623-6476-35-2  
Halaman : 153  
Penerbit : Expert  
Tahun Terbit : 2021  
Alamat Penerbit : Ruko Jambusari 7A Yogyakarta 55283

Bandar Lampung, 5 Januari 2022

  
Mengetahui,  
Dekan FEB UNILA  
  
Dr. Nairobi, S.E., M.Si  
NIP. 196606211990031003

Penulis  
  
Dr. Keumala Hayati, S.E., M.Si  
NIP. 197611102000122001

Menyetujui,  
Ketua LPPM Unila

  
Dr. Lusmelia Afriani D.E.A  
NIP. 196505101993032008

UNIVERSITAS LAMPUNG	
TGL	02-03-2022
NO. SURAT	018/B/B/N/FEB/2022
JENIS	Bookchapter
PARA	8



**SURAT KETERANGAN JENIS BUKU**

Nomor : 34 /UN2621/PN/2022  
Lampiran : 1 (Satu) Buku

Berdasarkan hasil review atas karya:

Nama/Editor : Dr. Keumala Hayati, SE., MSi Nuzul Inas Nabila


Unit Kerja : Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini kami sampaikan hasil review dalam tabel berikut:

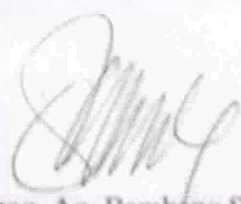
No	Judul	Keterangan				
		Referensi	Monograf	Buku Penelitian lain: termasuk Book Chapter	Buku Ajar	Buku Lain
1	Kewirausahaan dan manajemen Bisnis			a. Buku Hasil Penelitian b. Book Chapter		

Demikian kami sampaikan, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Mengetahui  
Ketua LPPM,

  
Dr. Ir. Lureilia Afriani, DEA  
NIP. 1960511993032008

Bandar Lampung, 28 Januari 2022  
Reviewer,

  
Prof. Ag. Bambang Setiyadi, PhD  
NIP. 195905281986101001



# **KEWIRAUSAHAAN DAN MANAJEMEN BISNIS**

Editor:

Keumala Hayati  
Nuzul Inas Nabila



## **KEWIRAUSAHAAN DAN MANAJEMEN BISNIS**

*oleh Desyanti; Mahrinasari MS, Suci Dhea Friscila; Hidayah Wiweko; Anggun Lismayani;  
Ahmad Faisol; Mutiara Aziza Ramadhani*

*Editors: Keumala Hayati; Nuzul Inas Nabila*

Hak Cipta © 2021 pada penulis

Edisi Pertama: Cetakan I ~ 2021



Ruko Jambusari 7A Yogyakarta 55283  
Telp: 0274-889398; 0274-882262

Hak Cipta dilindungi undang-undang. Dilarang memperbanyak atau memindahkan sebagian atau seluruh isi buku ini dalam bentuk apa pun, secara elektronis maupun mekanis, termasuk memfotokopi, merekam, atau dengan teknik perekaman lainnya, tanpa izin tertulis dari penerbit.

ISBN: 978-623-6476-35-2

Buku ini tersedia sumber elektronisnya

### **DATA BUKU:**

Format: 17 x 24 cm; Jml. Hal.: viii + 154; Kertas Isi: HVS 70 gram; Tinta Isi: BW; Kertas Cover: Ivori 260 gram; Tinta Cover: Colour; Finishing: Perfect Binding: Laminasi Doff.

## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur ke hadirat Allah Subhanahu wa ta'ala atas rahmat dan kasih sayang-Nya buku ini dapat diselesaikan dengan judul Kewirausahaan dan Manajemen Bisnis. Buku ini disusun dengan tujuan menampilkan kajian-kajian terkait kewirausahaan dan manajemen.

Buku ini terdiri dari delapan bab. Pada Bab 1 diawali dengan pembelajaran kewirausahaan yaitu pengembangan usaha baru dalam dunia pendidikan. Pada bab ini didiskusikan berbagai pendekatan dalam pengajaran kewirausahaan. Berbagai pendekatan tersebut memberikan masukan dan alternatif pilihan yang dapat diimplementasikan pada pembelajaran kewirausahaan.

Pada bab 2, penelitian menarik dilakukan yang membahas pengaruh *celebrity endorsement* pada sosial media instagram terhadap keputusan pembelian konsumen produk kosmetik. Penelitian ini dilakukan untuk menjelaskan pengaruh kepercayaan, keahlian, daya tarik, rasa hormat dan disukai yang dimiliki *celebrity endorsement*, terhadap keputusan pembelian konsumen pengguna media sosial Instagram.

Bab 3 membahas pengaruh intellectual capital terhadap kinerja keuangan perusahaan dan return saham (studi empiris pada perusahaan lq 45 yang terdaftar di bursa efek indonesia tahun 2015-2017). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh modal intelektual terhadap kinerja keuangan perusahaan dan return saham. Pengukuran modal intelektual menggunakan model Value Added Intellectual Coefficient (VAIC) yang dikembangkan oleh Pulic, sedangkan kinerja keuangan perusahaan diprosikan dengan ROA. Populasi penelitian ini adalah perusahaan LQ 45 yang terdaftar di BEI tahun 2015-2017



Pada bab 4 selanjutnya membahas pengaruh *transformational leadership* dan *proactive personality* terhadap *employee creativity*. Perusahaan akan maju dan mencapai suatu tahap keberhasilan jika mampu mengembangkan dan memiliki sumber daya manusia yang baik dan kreatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *transformational leadership* dan *proactive personality* terhadap *employee creativity* pada karyawan industri/perusahaan.

Bab 5 membahas dampak konten pemasaran digital terhadap niat untuk membeli. Bab 6 selanjutnya mengkaji analisis faktor-faktor yang mempengaruhi *return saham* perusahaan manufaktur yang memperoleh peringkat PROPER dan terdaftar di bursa efek Indonesia. Tujuan dilakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kinerja lingkungan, pengungkapan lingkungan dan profitabilitas terhadap return saham.

Bab 7 membahas relasi *intellectual capital* dan nilai perusahaan dengan mediasi profitabilitas. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh modal intelektual terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel mediasi. Terakhir bab 8 membahas tentang pengaruh fungsi, pengalaman pelanggan, dan reputasi situs *e-commerce* tiket.com terhadap kualitas layanan yang dipersepsikan.

Pada akhirnya, sangat disadari bahwa buku ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu sangat diharapkan saran-saran perbaikan serta pengembangan lebih lanjut dari buku ini dari para pembaca. Buku ini diharapkan memberikan kontribusi keilmuan yang dapat dijadikan referensi oleh berbagai pihak serta dapat diaplikasikan dalam berbagai organisasi.

Pada akhirnya penulis menghaturkan ucapan terimakasih kepada keluarga serta semua pihak yang telah membantu selesainya buku ini.

Bandar Lampung, 7 Oktober 2021  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung,

Dr. Keumala hayati, S.E., M.Si  
Editor

# DAFTAR ISI

<b>Kata Pengantar</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI</b>	<b>vii</b>
<b>1. PEMBELAJARAN KEWIRAUSAHAAN: PENGEMBANGAN USAHA BARU DALAM DUNIA PENDIDIKAN</b>	<b>1</b>
<i>Keumala Hayati; Indra Caniago</i>	
<b>2. PENGARUH <i>CELEBRITY ENDORSEMENT</i> PADA SOSIAL MEDIA INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PRODUK KOSMETIK MAYBELLINE DI BANDAR LAMPUNG</b>	<b>13</b>
<i>Nabila Putri Maharani; Mahrinasari MS; Afri Aripin</i>	
<b>3. PENGARUH INTELLECTUAL CAPITAL TERHADAP KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN DAN RETURN SAHAM (Studi Empiris Pada Perusahaan Lq 45 yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2017)</b>	<b>35</b>
<i>Surya Aji Utomo; Ernie Hendrawaty</i>	
<b>4. PENGARUH <i>TRANSFORMATIONAL LEADERSHIP</i> DAN <i>PROACTIVE PERSONALITY</i> TERHADAP <i>EMPLOYEE CREATIVITY</i></b>	<b>55</b>
<i>M. Aghy Pradana; Ribhan; Habibullah Jimad</i>	
<b>5. DIGITAL CONTENT MARKETING EFFECT ON PURCHASE INTENTION (STUDY ON SOCIAL MEDIA OF IKEA INDONESIA FURNITURE RETAIL COMPANY)</b>	<b>79</b>
<i>Nanda Desyanti; Mahrinasari MS</i>	

6. **ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI RETURN SAHAM PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG MENGIKUTI PROPER DAN TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA** 93  
*Suci Dhea Friscila; Hidayah Wiweko*
7. **RELASI INTELLECTUAL CAPITAL DAN NILAI PERUSAHAAN DENGAN MEDIASI PROFITABILITAS** 115  
*Anggun Lismayani; Ahmad Faisol*
8. **PENGARUH FUNGSI, PENGALAMAN PELANGGAN, DAN REPUTASI SITUS E-COMMERCE TIKET.COM TERHADAP KUALITAS LAYANAN YANG DIPERSEPSIKAN** 145  
*Mutiara Aziza Ramadhani; Mahrinasari MS*

-oo0oo-

# KEWIRAUSAHAAN DAN MANAJEMEN BISNIS

Buku ini membahas tentang kewirausahaan dan manajemen bisnis. Pengajaran kewirausahaan dapat menjadi salah satu upaya pengembangan usaha baru melalui dunia pendidikan. Terdapat berbagai pendekatan di dalam pengajaran kewirausahaan, sehingga perlu dilakukan kajian mengenai pendekatan manakah yang paling efektif dalam mengajarkan kewirausahaan. Dalam kajian manajemen bisnis ditemukan pengaruh positif *intellectual capital* terhadap kinerja keuangan dan *return* saham, namun *human capital* dan *structural capital* tidak berpengaruh langsung terhadap nilai perusahaan. Selain itu, kinerja lingkungan, pengungkapan lingkungan dan profitabilitas juga berpengaruh signifikan terhadap *return* saham. Dalam aspek kepemimpinan, kepemimpinan *transformational* dan *Proactive Personality* ditemukan berpengaruh terhadap *Employee Creativity*. Dalam aspek marketing ditemukan kepercayaan, keahlian, daya tarik, rasa hormat, dan disukai memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Informasi konten, konten hiburan, dan ekspresi diri juga berpengaruh positif terhadap niat pembelian. Selain itu situs e-commerce, pengalaman pelanggan, dan reputasi ditemukan pengaruh positif terhadap kualitas layanan yang dipersepsikan

Diterbitkan Atas Kerjasama dengan



LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN  
KEPADA MASYARAKAT, UNIVERSITAS LAMPUNG

ISBN: 978-623-6476-35-2



9 786236 476352