

ABSTRAK

Elmi Triana Stephani Situngkir. NIM 7153143011. Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Pemahaman Strategi Pemasaran Terhadap Kesiapan Berbisnis Mahasiswa Pendidikan Bisnis Angkatan 2016 Universitas Negeri Medan. Skripsi, Jurusan Ekonomi Prodi Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan 2019.

Masalah dalam penelitian ini adalah masih banyak mahasiswa Pendidikan Bisnis 2016 yang memiliki tingkat kesiapan berbisnis yang rendah. Banyak mahasiswa yang tidak memiliki kesiapan dalam berbisnis dan merasa tidak percaya diri dalam memulai untuk berbisnis. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Pemahaman Strategi Pemasaran Terhadap Kesiapan Berbisnis Mahasiswa Pendidikan Bisnis Angkatan 2016 Universitas Negeri Medan.

Penelitian ini dilakukan di Program Studi Pendidikan Bisnis Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan, Jalan Williem Iskandar Pasar V Medan. Populasi dalam penelitian ini adalah semua mahasiswa Prodi Pendidikan Bisnis Angkatan 2016 yang berjumlah 95 orang mahasiswa. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *total sampling* sehingga diperoleh jumlah sampel sebanyak 95 orang mahasiswa. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran tes sebanyak 25 butir soal dan angket sebanyak 46 butir soal kepada responden. Sementara teknis analisis data yang digunakan uji asumsi klasik, uji analisis regresi linear berganda dan uji hipotesis.

Hasil penelitian ini menunjukan bahwa Variable Literasi Ekonomi (X_1) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Kesiapan Berbisnis mahasiswa dengan didapatkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $3,639 > 1,666$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Sama halnya dengan Variable Pemahaman Strategi Pemasaran (X_2) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Kesiapan Berbisnis mahasiswa dengan nilai hitung $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $7,104 > 1,666$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Secara simultan Variabel Literasi Ekonomi dan Pemahaman Strategi Pemasaran terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap Kesiapan Berbisnis dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($30,219 > 3,10$) dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$.

Kata kunci: Literasi Ekonomi, Pemahaman Strategi Pemasaran, Dan Kesiapan Berbisnis

ABSTRACT

Elmi Triana Stephani Situngkir. NIM 7153143011. The Effect of Economic Literacy and Understanding of Marketing Strategies on Business Readiness of 2016 Business Education Students of Medan State University. Thesis, Department of Economics, Business Education Study Program, Faculty of Economics, Medan State University 2019.

The problem in research is that there are still many 2016 Business Education students who have low levels of business readiness. Many students do not have the readiness to do business and do not feel confident in starting to do business. The purpose of this study was to determine the Effect of Economic Literacy and Understanding of Marketing Strategies on Business Readiness of Business Education Students 2016 State University of Medan.

This research was conducted at the Business Education Study Program Faculty of Economics, State University of Medan, Jalan Williem Iskandar Pasar V Medan. The population in this study were all students of the 2016 Business Education Study Program totaling 95 students. The sampling technique is done by total sampling technique so that the total sample of 95 students is obtained. Data collection techniques were carried out through the distribution of 25 test items and as many as 46 question questionnaires to respondents. While the technical analysis of the data used is the classical assumption test, multiple linear regression analysis test and hypothesis testing.

The results of this study show that the Economic Literacy Variable (X1) has a positive and partially significant effect on business readiness of students by obtaining a $t_{count} > t_{table}$ of 3,639 < 1,666 and a significance value of 0,000 > 0.05. Similarly, the Marketing Strategy Understanding Variable (X2) has a positive and significant effect partially on Business Readiness of students with a calculated value $t_{count} > t_{table}$ of 7.104 > 1.666 with a significance value of 0.000 < 0.05. Simultaneously Economic Literacy Variables and Understanding of Marketing Strategies there is a positive and significant effect on Business Readiness with a value of $F_{count} > F_{table}$ (30,219 > 3.10) with a significant value of 0,000 < 0.05.

Keywords: Economic Literacy, Understanding of Marketing Strategies, and Business Readiness