

ABSTRAK

Arta Wisuda Wati Pardosi, Nim: 7163141006, Pengaruh Pemanfaatan Sosial Media, Efikasi Diri dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Medan. Skripsi Jurusan Ekonomi, Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pemanfaatan sosial media, efikasi diri dan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa pendidikan ekonomi di Universitas Negeri Medan. Penelitian ini dilaksanakan di Fakultas Ekonomi UNIMED yang beralamat di Jl. Willem Iskandar, Pasar V Medan Estate.

Jenis penelitian ini adalah *ex post facto*. Sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 64 mahasiswa yang diambil dengan teknik pengambilan secara acak berdasarkan proporsi. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi dan kuesioner/angket. Untuk uji instrumen penelitian menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Untuk menganalisis data, peneliti menggunakan uji normalitas, uji linearitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, persamaan regresi inear berganda. Untuk menguji hipotesis digunakan rumus uji t dan uji F serta koefisien determinasi.

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda diperoleh persamaan garis secara linear $Y = 18,845 + 0,233 X_1 + 0,305 X_2 + 0,257 X_3$. hasil analisis uji t untuk variabel pemanfaatan sosial media (X_1) diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,872 > 2,00030$) dengan signifikansi $0,006 < 0,05$. Maka ada pengaruh positif dan signifikan antara pemanfaatan sosial media terhadap minat berwirausaha. Untuk variabel efikasi diri (X_2) diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,853 > 2,00030$) dengan signifikan $0,006 < 0,05$. Maka terdapat pengaruh yang positif dan signifikan variabel efikasi diri terhadap minat berwirausaha. Untuk variabel pengetahuan kewirausahaan diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,313 > 2,00030$) dengan signifikan $0,002 < 0,05$. Maka pengaruh yang positif dan signifikan variabel pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha. berdasarkan uji F diperoleh bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($42,918 > 2,76$) dengan taraf signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka disimpulkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel X_1 , X_2 dan X_3 terhadap Y. Hasil uji koefisien determinasi diperoleh nilai R^2 sebesar 0,682 yang menjelaskan pengaruh variabel pemanfaatan sosial media, efikasi diri dan pengetahuan kewirausahaan sebesar 68,2% sedangkan sisanya dijelaskan oleh faktor lain yang tidak ada dalam model regresi.

Kata Kunci: Pemanfaatan Sosial Media, Efikasi Diri, Pengetahuan Kewirausahaan, Minat Berwirausaha.

ABSTRACT

Arta Wisuda Wati Pardosi, Nim: 7163141006, The Effect of Social Media Utilization, Self-Efficacy and Entrepreneurship Knowledge Against Entrepreneurial Interest in Economic Education Students of Medan State University. Thesis of Department of Economics, Economic Education Study Program, Faculty of Economics, State University of Medan.

The purpose of this study was to determine the effect of the use of social media, self-efficacy and entrepreneurial knowledge on the interests of entrepreneurship in economic education students at Medan State University. This research was conducted at the Faculty of Economics UNIMED with its address at Jl. Willem Iskandar, Pasar V Medan Estate.

*This type of research is *expost facto*. The sample in this study were 64 students taken by proportional random sampling. Data collection techniques carried out by observation and questionnaire / questionnaire. To test the research instrument using the validity test and reliability test. To analyze the data, researchers used the normality test, linearity test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, multiple linear regression equations. To test the hypothesis the *t* test and *F* test formulas and the coefficient of determination are used.*

*Based on the results of multiple linear regression analysis obtained linear equation $Y = 18.845 + 0.233 X_1 + 0.305 X_2 + 0.257 X_3$. the results of *t* test analysis for social media utilization variable (X_1) obtained $t_{count} > t_{table}$ ($2.872 > 2,00030$) with a significance of $0.006 < 0.05$. Then there is a positive and significant influence between the use of social media on entrepreneurial interest. For the self-efficacy variable (X_2), the value of $t_{count} > t_{table}$ ($2.853 > 2,00030$) is significant $0.006 < 0.05$. Then there is a positive and significant effect of self-efficacy variables on interest in entrepreneurship. For the entrepreneurship knowledge variable (X_3), it is obtained $t_{count} > t_{table}$ ($3,313 > 2,00030$) with a significant $0.002 < 0.05$. Then the positive and significant influence of entrepreneurship knowledge variables on entrepreneurial interest. based on the *F* test it was found that $F_{count} > F_{table}$ ($42,918 > 2,76$) with a significance level of $0,000 < 0.05$. So it was concluded that simultaneously there was a positive and significant effect between variables X_1 , X_2 and X_3 on Y . The coefficient of determination test results obtained an R^2 value of 0.682 which explains the influence of social media utilization variables, self-efficacy and entrepreneurial knowledge by 68.2% while the rest explained by other factors that are not in the regression model.*

Keywords: Social Media Utilization, Self-Efficacy, Entrepreneurship Knowledge, Entrepreneurial Interest.