

## ABSTRAK

**Isabellah Elisabeth Rajagukguk, NIM 7163143014. Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Kemampuan Menggunakan Media Sosial Terhadap Minat Menjadi Mahasiswa Pendidikan Bisnis Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.**

Permasalahan dalam penelitian ini adalah rendahnya minat berwirausaha pada mahasiswa. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh nilai mata kuliah kewirausahaan dan penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Jenis penelitian ini *expost facto* dengan jumlah sampel sama dengan jumlah seluruh populasi penelitian yaitu sebanyak 89 mahasiswa program studi pendidikan bisnis stambuk 2017 Universitas Negeri. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah angket dan observasi. Sebelum digunakan angket terlebih dahulu diuji valid dan reliable, dari hasil pengujian kemudian dianalisis menggunakan regresi linear berganda dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel nilai mata kuliah kewirausahaan berpengaruh negative secara parsial terhadap minat berwirausaha dengan nilai  $t_{hitung} < t_{tabel} = (1.405 < 1.987)$  dengan nilai sig  $0.164 < 0,05 = (0.164 < 0,05)$ . Variabel penggunaan media sosial berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat berwirausaha dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel} = (6.883 > 1,987)$  serta nilai sig  $> 0,05 = (0,000 < 0,05)$ . Secara simultan variabel nilai mata kuliah kewirausahaan dan penggunaan media sosial terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha dengan nilai  $F_{hitung} > F_{tabel} = (27.847 > 3.100)$  serta nilai sig =  $0.000 < \alpha (0.000 < 0,05)$ . Hasil penelitian tersebut didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Lies Indriyatni (2013) Pengaruh Mata Kuliah Kewirausahaan terhadap minat mahasiswa paling besar adalah hanya sebesar 11.4%. Disimpulkan bahwa nilai mata kuliah dan penggunaan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha.

**Kata Kunci : Nilai Mata Kuliah Kewirausahaan, Penggunaan Media Sosial, Minat Berwirausaha.**

## ABSTRACT

**Isabellah Elisabeth Rajagukguk, NIM 7163143014. Influence of entrepreneurial knowledge and the ability to use of social Media on interests of being business education students Faculty of Economics , Medan State University.**

The research problem is the low interest entrepreneurship in students. This research aims to determine whether the influence of the value of entrepreneurship courses and the use of social media to entrepreneurial interests of students. Type of research is *expost facto* with samples equal to the total population of the research as many as 89 students business education course 2017 Medan State University. Data collection techniques used observation and questionnaire. Before being using the questionnaire was tested for validity and reliability from the result of the collected questionnaire then analyzed using double linear regression and hypothesis testing. The results research showed that the variable value of entrepreneurship courses had a partially negative effect on entrepreneurial interest with a value of  $t\text{-count} < t\text{-table} = (1,405 < 1,987)$  with a sig value of  $(0.164 < 0.05)$ . Variable of social media use had a positive effect and partially significant to the interest in entrepreneurship with a value of  $t\text{-count} > t\text{-table} = (6.883 > 1.987)$  and a sig value  $> 0.05 = (0.000 < 0.05)$ . Simultaneously the variable value of entrepreneurship courses and the use of social media have a positive and significant influence on entrepreneurial interest with a value of  $F\text{-count} > F\text{-table} = (27,847 > 3,100)$  and a sig value of  $0,000 < \alpha (0,000 < 0.05)$ . These results of the results are supported by research conducted by Lies Indriyatni (2013). The effect of Entrepreneurship Subjects to the greatest interest of students is only 11.4%. Concluded that the value of courses and the use of social media have a positive and significant effect on interest in entrepreneurship.

***Keywords: Academic value of entrepreneurship, social Media use, entrepreneurial interest***