

ABSTRAK

Nuraynun Siregar, NIM : 7161143025. Pengaruh Penggunaan Sosial Media dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat berwirausaha Melalui Motivasi Berwirausaha Sebagai Variabel Intervening Pada Mahasiswa Pendidikan Bisnis Angkatan 2017 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan. Skripsi. Jurusan Pendidikan Ekonomi, Program Studi Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Medan 2020.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan sosial media dan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha melalui motivasi berwirausaha pada mahasiswa Pendidikan Bisnis angkatan 2017 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.

Penelitian ini dilaksanakan di Fakultas Ekonomi Program Studi Pendidikan Bisnis 2017 Universitas Negeri Medan. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 89 mahasiswa. Dan sampel 89 dengan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *Total Sampling*. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah nilai akhir mata kuliah kewirausahaan. Sebelum tes ini diberikan pada sampel sesungguhnya, terlebih dahulu diujicobakan untuk melihat tingkat validitas dan reabilitas. Validitas tes diuji dengan menggunakan korelasi *Product Moment*. Reabilitas tes diuji dengan *Crombach Alpha*. Teknik analisis yang digunakan yaitu analisis jalur.

Hasil penelitian substruktur pertama menunjukkan penggunaan sosial media dan pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi berwirausaha dengan koefisien determinasi *R Square* (R^2) sebesar 0,632 atau 63,2%. Secara parsial penggunaan sosial media berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi berwirausaha. Sedangkan pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi berwirausaha. Hasil penelitian substruktur kedua menunjukkan penggunaan sosial media, pengetahuan kewirausahaan dan motivasi berwirausaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha dengan koefisien determinasi *R Square* (R^2) sebesar 0,853 atau 85,3%. Secara parsial penggunaan sosial media pengetahuan kewirausahaan dan motivasi berwirausaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi berwirausaha.

Kata kunci : Penggunaan Sosial Media, Pengetahuan Kewirausahaan, Minat Berwirausaha, Motivasi Berwirausaha.

ABSTRACT

Nuraynun Siregar, NIM : 7161143025. *The Influence of the Use of Social Media and Entrepreneurial Knowledge on Entrepreneurial Interest Through Entrepreneurial Motivation as Intervening Variables in Business Education Students Force 2017 Faculty of Economics. Skripsi. Departemen of Economic Education, Bussines of Education Studies Program, Faculty of Economic. State University of Medan 2020.*

This study aims to determine the effect of the use of social media and entrepreneurial knowledge on entrepreneurial interest through entrepreneurial motivation in Business Education students of the 2017 Faculty of Economics, State University of Medan.

This research was conducted at the Faculty of Economics 2017 Business Education Study Program, Medan State University. The population in this study amounted to 89 students. And sample 89 with the sampling technique used is the Total Sampling method. Data collection techniques used in this study are the final value of entrepreneurship courses. Before this test is given to the actual sample, it is first tested to see the level of validity and reliability. Test validity was tested using Product Moment correlation. Test reliability was tested with Crombach Alpha. The analysis technique used is path analysis.

The results of the first substructure research showed that the use of social media and entrepreneurial knowledge had a positive and significant effect on entrepreneurial motivation with an R Square (R²) determination coefficient of 0.632 or 63.2%. Partially the use of social media has a positive and significant effect on entrepreneurial motivation. While entrepreneurial knowledge has a positive and significant effect on entrepreneurial motivation. The results of the second substructure research showed the use of social media, entrepreneurial knowledge and entrepreneurial motivation had a positive and significant effect on entrepreneurial interest with an R Square (R²) determination coefficient of 0.853 or 85.3%. Partially, the use of social media on entrepreneurship knowledge and entrepreneurial motivation has a positive and significant effect on entrepreneurial motivation.

Keywords : Use of Social Media, Entrepreneurship Knowledge, Entrepreneurial Interest, Entrepreneurial Motivation.