

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian dan pembahasan serta analisis data melalui pembuktian terhadap hipotesis dari permasalahan yang diangkat mengenai pengaruh kreativitas dan penggunaan sosial media terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa prodi pendidikan bisnis stambuk 2017 telah dijelaskan pada BAB sebelumnya, maka dapat ditarik ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis regresi berganda diperoleh persamaan $Y = 6,607 + 0,517X_1 + 0,432X_2$ dari persamaan tersebut nilai konstanta 6,607, artinya jika Kreativitas (X_1), dan Penggunaan Sosial Media (X_2) sebesar 0, maka minat berwirausaha (Y) akan bernilai 6,607. Selanjutnya nilai koefisien Kreativitas adalah sebesar 0,517 artinya apabila Kreativitas (X_1) mengalami kenaikan sebesar 1%, maka minat berwirausaha (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,517. Kemudian nilai koefisien penggunaan sosial media adalah sebesar 0,432 artinya apabila penggunaan sosial media (X_2) mengalami kenaikan sebesar 1%, maka minat berwirausaha (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,432.
2. Pada variabel Kreativitas (X_1) diperoleh t_{hitung} sebesar 7,054 dengan demikian $t_{hitung} > t_{tabel}$ dimana $7,054 > 1,987$ dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ yang berarti hipotesis 1 diterima dan teruji kebenarannya secara statistik pada taraf $\alpha = 5\%$. Dengan demikian menjelaskan bahwa variabel

3. kreativitas (X_1) berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa prodi pendidikan bisnis stambuk 2017.
4. Pada variabel penggunaan sosial media (X_2) diperoleh t_{hitung} sebesar 3,505 dengan demikian $t_{hitung} > t_{tabel}$ dimana $3,505 > 1,987$ dengan nilai signifikan $0,001 < 0,05$ yang berarti hipotesis 2 diterima dan teruji kebenarannya secara statistik pada taraf $\alpha = 5\%$. Dengan demikian menjelaskan bahwa variabel penggunaan sosial media (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa prodi pendidikan bisnis stambuk 2017.
5. Secara simultan (uji F) dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ dimana diperoleh nilai f_{hitung} sebesar 72,667 dan nilai signifikan adalah 0,000 hal ini berarti $F_{hitung} > F_{tabel}$ dimana $72,667 > 3,10$ dan nilai signifikan $0,00 < 0,05$ dapat disimpulkan bahwa kreativitas dan penggunaan sosial media berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa prodi pendidikan bisnis stambuk 2017.
6. koefisien determinasi dalam penelitian ini adalah nilai *R square* sebesar 0,628. Besarnya nilai koefisien 0,628 sama dengan 62%. Nilai tersebut berarti bahwa variabel kreativitas (X_1) dan penggunaan sosial media (X_2) memberikan kontribusi pengaruh sebesar 62% terhadap minat berwirausaha (Y) pada mahasiswa prodi pendidikan bisnis stambuk 2017, sedangkan 38% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan dapat disimpulkan, maka ada beberapa saran untuk meningkatkan minat berwirausaha, adapun saran yang diberikan peneliti sebagai berikut :

1. Bagi Mahasiswa

Kepada mahasiswa prodi pendidikan bisnis stambuk 2017 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan diharapkan untuk meningkatkan kreativitas dan penggunaan sosial media dalam menumbuhkan minat berwirausaha untuk mengurangi masalah pengangguran.

2. Bagi Universitas

Kepada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan diharapkan mampu meningkatkan kreativitas dan penggunaan sosial media dalam menumbuhkan minat berwirausaha serta dapat diterapkan setelah lulus. Dengan menyediakan wadah untuk kegiatan praktek kewirausahaan bisnis di Fakultas untuk mendukung kegiatan mahasiswa.

3. Bagi peneliti

selanjutnya yang hendak meneliti maupun mengembangkan penelitian serupa, hendaknya mempertimbangkan variasi dari sampel maupun variabel yang akan diteliti seperti pengetahuan kewirausahaan, efikasi diri, dukungan orang tua dan motivasi dalam mengembangkan minat berwirausaha .