

ABSTRAK

Harun Al Rasyid Dalimunte, NIM:7203343003. Pengaruh Jaringan Sosial, Digital Marketing, dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha Himpunan Pengusaha Muda Indonesia Perguruan Tinggi (HIPMI UNIMED). Skripsi: Jurusan Ekonomi, Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan Tahun 2024.

Permasalahan yang dihadapi dalam penelitian adalah kurangnya kompetensi kewirausahaan yang dimiliki wirausaha mahasiswa yang bergabung dalam HIPMI UNIMED. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui: (1) Pengaruh jaringan sosial terhadap keberhasilan usaha; (2) Pengaruh *Digital Marketing* terhadap keberhasilan usaha; (3) Pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha. Penelitian ini dilakukan di Universitas Negeri Medan. Populasi dalam penelitian ini adalah Pengusaha Muda Perguruan Tinggi Universitas Negeri Medan (HIPMI UNIMED) yang berjumlah 81 orang. Teknik Sampling yang digunakan adalah *Sample Random*.

Teknik pengumpulan data menggunakan angket. Uji validitas angket dengan menggunakan rumus *product moment pearson*, dan Reliabilitasnya dihitung dengan menggunakan *cronbach Alpha*. Teknik analisis data penelitian adalah regresi linear berganda untuk menguji hipotesis penelitian adalah dengan menggunakan uji t dan uji F.

Hasil analisis regresi berganda diperoleh persamaan $Y = -2,116 + 0,363 X_1 + 0,392 X_2 + 0,312 X_3 + \epsilon$. Untuk koefisien determinasi memiliki pengaruh variabel Independent (X) yaitu variabel jaringan sosial, digital marketing, dan pengetahuan kewirausahaan terhadap variabel dependen (Y) yaitu keberhasilan kewirausahaan sebesar 9,60%. Berdasarkan uji t diperoleh bahwa masing-masing variabel X berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Y (peningkatan usaha). Variabel X1 dengan nilai ($0,000 < 0,05$), variabel X2 dengan nilai ($0,000 < 0,05$), variabel X3 berpengaruh dan signifikan dengan nilai ($0,000 < 0,05$), yang berarti bahwa, semakin baik jaringan sosial, digital marketing, dan pengetahuan tentang kewirausahaan, maka akan semakin baik perkembangan dan keberhasilan usahanya. Sedangkan uji F, diperoleh bahwa pengaruh masing-masing variabel dapat dilihat dari tabel signifikansi. Diperoleh nilai Signifikansi yaitu 0,000.

Kata kunci: peningkatan usaha, jaringan sosial, *digital marketing*, pengetahuan kewirausahaan

ABSTRACT

Harun Al Rasyid Dalimunte, NIM: 7203343003. The Influence of Social Networks, Digital Marketing, and Entrepreneurship Knowledge on the Business Success of the Indonesian Young Entrepreneurs Association for Higher Education (HIPMI UNIMED). Thesis: Department of Economics, Economic Education Study Program, Faculty of Economics, Medan State University, 2024.

The problem faced in the research is the lack of entrepreneurial competence possessed by student entrepreneurs who join HIPMI UNIMED. This research aims to determine: (1) The influence of social networks on business success; (2) The influence of digital marketing on business success; and (3) The influence of entrepreneurial knowledge on business success. This research was conducted at Medan State University. The population in this study was 81 Young Entrepreneurs from Medan State University (HIPMI UNIMED). The sampling technique used was a Random Sample.

The data collection technique uses a questionnaire. Test the validity of the questionnaire using the Pearson product-moment formula, and its reliability is calculated using Cronbach Alpha. The research data analysis technique is multiple linear regression. To test the research hypothesis, use the t-test and F-test.

The results of multiple regression analysis obtained the equation $Y = -2.116 + 0.363 X_1 + 0.392 X_2 + 0.312 X_3$. The coefficient of determination influences the Independent variabel (X), namely the social network variabel, digital marketing, and entrepreneurial knowledge on the dependent variabel (Y), namely entrepreneurial success, which is 9.60%. Based on the t-test, it was found that each variabel X had a positive and significant effect on variabel Y (increasing business). Variabel X_1 with a value of $(0.000 < 0.05)$, variabel X_2 with a value of $(0.000 < 0.05)$, variabel, and knowledge about entrepreneurship, the better the development and success of the business will be. Meanwhile, the F test shows that the influence of each variabel can be seen from the significance table. The significance value obtained is 0.000.

Keywords: business improvement, social networks, digital marketing, entrepreneurial knowledge