ABSTRAK

Putri Anggriani, NIM: 7131141094. Pengaruh Pengetahuan Komunikasi bisnis dan Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Pemasaran Terhadap Peluang Berbisnis Mahasiswa Pendidikan Tataniaga Stambuk 2013. Skripsi, Jurusan Pendidikan Ekonomi, Program Studi Pendidikan Tata Niaga, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan 2017.

Permasalahan dalam penelitian ini adalah rendahnya kemampuan mahasiswa dalam melihat peluang berbisnis. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pengetahuan komunikasi bisnis dan pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran terhadap peluang berbisnis.

Penelitian ini dilaksanakan di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan yang beralamat di Jalan Williem Iskandar Psr. V Medan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Mahasiswa Pendidikan Tataniaga Stambuk 2013. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *random sampling*. Sampel dalam penelitian ini adalah 56 Mahasiswa Pendidikan Tataniaga Stambuk 2013.

Teknik analisis data yang digunakan adalah Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t), Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F), dan Pengujian Koefisien Determinasi (R^2).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pengetahuan komunikasi bisnis memiliki pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial terhadap peluang berbisnis mahasiswa dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (2,196 > 1,674). Sedangkan variabel pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran memiliki pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial terhadap peluang berbisnis mahasiswa dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (8,676 > 1,674). Selain itu ada pengaruh yang positif dan signifikan antara pengetahuan komunikasi bisnis dan pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran secara simultan terhadap peluang berbisnis dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ (36,942 > 3,17). Dari perhitungan koefisien determinasi diperoleh R *Square* sebesar 0,582 atau 58,2 %.

Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara pengetahuan komunikasi bisnis dan pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran terhadap peluang berbisnis mahasiswa pendidikan tataniaga stambuk 2013.

Kata Kunci: Pengetahuan Komunikasi Bisnis, Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Pemasaran, Peluang Berbisnis

ABSTRACT

Putri Anggriani, NIM: 7131141094. The Influence of Knowledge of Business Communication and Utilization of Social Media as Marketing Tool to Business Opportunities Student of Commerce Education Stambuk 2013. Thesis, Economic Education Department, Concentrated Program Of Commerce Education. Faculty of Economics, State University of Medan 2017.

The problem in this research is the low ability of students in seeing business oppotunities. This research aims to determine The Influence of Knowledge of Business Communication and Utilization of Social Media as Marketing Tool to Business Opportunities Student of Commerce Education Stambuk 2013.

This research was performed at Faculty of Economics State University of Medan which is located at Jalan Williem Iskandar Psr.V Medan. The population of research are all of students in Commerce Education Stambuk 2013. The sampling technique used is a random sampling. Sample in this research is 56 Students of Commerce Education Stambuk 2013.

Data analysis techniques used are Partial Hypothesis Testing (Test T), Simultaneous Hypothesis Testing (Test F), and Testing Coefficient of Determination (R^2).

The result showed that Knowledge of Business Communication variable had positive and partially significant effect on Business Opportunities Student with $t_{count} > t_{table}$ (2,196> 1,674). Utilization of Social Media as Marketing Tool variables also have a positive and partially significant effect on Business Opportunities Student with $t_{count} > t_{table}$ (8,676> 1.674). In addition there is a positive and significant Influence of Knowledge of Business Communication and Utilization of Social Media as Marketing Tool to Business Opportunities Student with the value $F_{count} > F_{table}$ (36,942 > 3,17). From calculation coefficient of determination obtained R Square equal to 0,582 or 58,2 %.

So it can be concluded that there is a positive and significant Influence of Knowledge of Business Communication and Utilization of Social Media as Marketing Tool to Business Opportunities Student of Commerce Education Stambuk 2013.

Keywords : Knowledge of Business Communication, Utilization of Social Media as Marketing Tool, and Business Opportunities