DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

SURAT PERNYATAAN

KATA PENGANTAR i

ABSTRAK vi

DAFTAR ISI viii

DAFTAR GAMBAR xiii

DAFTAR TABEL xiv

DAFTAR LAMPIRAN xvi

BAB I PENDAHULUAN 1

1.1. Latar Belakang Masalah 1

1.2. Identifikasi Masalah 6

1.3. Batasan Masalah 6

1.4. Rumusan Masalah 7

1.5. Tujuan Penelitian 7

1.6. Manfaat Penelitian 8

BAB II KAJIAN PUSTAKA 9

2.1. Kerangka Teoritis 9

2.1.1. Pengertian Pengetahuan Komunikasi Bisnis 9

2.1.1.1. Pengetahuan 9

2.1.1.2. Komunikasi Bisnis 11

2.1.1.3. Pengetahuan Komunikasi Bisnis 13

2.1.2. Pengertian Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Pemasaran 14

2.1.2.1. Pengertian Media Sosial 14

2.1.2.2. Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Pemasaran 16

2.1.3. Pengertian Peluang Berbisnis 18

2.1.3.1. Peluang 18

2.1.3.2. Bisnis 20

2.1.3.3. Peluang Berbisnis 21

2.2. Penelitian Yang Relevan 22

2.3. Kerangka Berpikir 23

2.4. Hipotesis 26

BAB III METODOLOGI PENELITIAN 28

3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian 28

3.1.1. Lokasi Penelitian 28

3.1.2. Waktu Penelitian 28

3.2. Populasi dan Sampel 28

3.2.1. Populasi 28

3.2.2. Sampel 29

3.3. Variabel Penelitian dan Defenisi Operasional 29

3.3.1. Variabel Penelitian 29

3.3.2. Defenisi Operasional 30

3.4. Teknik Pengumpulan Data 30

3.4.1. Observasi 30

3.4.2. Dokumentasi 31

3.4.3. Angket 31

3.5. Uji Isntrumen Angket 33

3.5.1. Uji Validitas Angket 33

3.5.2. Uji Reliabilitas Angket 34

3.6. Uji Asumsi Klasik 35

3.6.1. Uji Normalitas Data 35

3.6.2. Uji Multikonilinearitas 36

3.6.3. Uji Heteroskedastisitas 36

3.7. Teknik Analisis Data 37

3.7.1. Analisis Regresi Linear Berganda 37

3.7.2. Uji Parsial (Uji t) 38

3.7.3. Uji Simultan (Uji f) 39

3.7.4. Koefisien Determinan (R^2) 41

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 42

4.1. Deskripi Hasil Penelitian 42

4.1.1. Uji Validitas dan Reliabilitas Angket 42

4.1.1.1. Uji Validitas dan Reliabilitas Angket Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Pemasaran 43

4.1.1.2. Uji Validitas dan Reliabilitas Angket Peluang Berbisnis Mahasiswa 45

4.2. Analisis Deskriptif 46

4.2.1. Distribusi Pendapat Responden 46

4.2.1.1. Pengetahuan Komunikasi Bisnis 46

4.2.1.2. Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Pemasaran 50

4.2.1.3. Peluang Berbisnis 60

4.3. Uji Asumsi Klasik 68

4.3.1. Uji Normalitas 68

4.3.2. Uji Multikoneliniearitas 70

4.3.3. Uji Heteroskedastisitas 70

4.4. Teknis Analisis Data 72

4.4.1. Analisis Regresi Linear Berganda 72

4.4.2. Uji Parsial (Uji t) 74

4.4.2.1. Pengaruh Pengetahuan Komunikasi Bisnis Terhadap Peluang Berbisnis Mahasiswa 74

4.4.2.2. Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Pemasaran Terhadap Peluang Berbisnis 75

4.4.3. Uji Simultan (Uji f)..... 76

4.4.4. Koefisien Determinan (R^2) 77

4.5. Pembahasan Hasil Penelitian 78

4.5.1. Pengaruh Pengetahuan Komunikasi Bisnis Terhadap Peluang Berbisnis 78

4.5.2. Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Pemasaran Terhadap Peluang Berbisnis 79

4.5.3. Pengaruh Pengetahuan Komunikasi Bisnis dan Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Pemasaran Terhadap Peluang Berbisnis 80

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 82

5.1. Kesimpulan 82

5.2. Saran 83

DAFTAR PUSTAKA 85

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN