DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Motivasi Mahasiswa Menggunakan Media Sosial 4

Tabel 2.1 Perbandingan marketing Tradisional dan Marketing di Media Sosial 17

Tabel 3.1 Populasi Mahasiswa Pendidikan Tataniaga 28

Tabel 3.2 Sampel Mahasiswa Pendidikan Tataniaga 29

Tabel 3.3 Skor Pilihan Jawaban 32

Tabel 3.4 Layout Angket 32

Tabel 4.1 Hasil Perhitungan Uji Validitas Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Pemasaran 43

Tabel 4.2 Hasil Perhitungan uji Reliabilitas Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Pemasaran 44

Tabel 4.3 Hasil Perhitungan Uji Validitas Peluang Berbisnis 45

Tabel 4.4 Hasil Perhitungan Uji Reliabilitas Peluang Berbisnis 46

Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Pengetahuan Komunikasi Bisnis 47

Tabel 4.6 Perhitungan kategori Pengetahuan Komunikasi Bisnis 48

Tabel 4.7 Tingkat Kecenderung Pengetahuan Komunikasi Bisnis 49

Tabel 4.8 Skala Nilai 51

Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Pemasaran 52

Tabel 4.10 Distribusi Frekuensi Variabel Pemanfaatan Media Sosial Sebagai sarana Pemasaran 56

Tabel 4.11 Perhitungan Kategori Variabel Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Pemasaran 57

Tabel 4.12 Tingkat Kecenderungan Variabel Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Pemasaran 59

Tabel 4.13 Distribusi Frekuensi Peluang Berbisnis 60

Tabel 4.14 Distribusi Frekuensi Variabel Peluang Berbisnis 65

Tabel 4.15 Perhitungan kategorisasi Variabel Peluang Berbisnis 65

Tabel 4.16 Tingkat Kecendenrungan Variabel Peluang Berbisnis 67

Tabel 4.17 Uji Multikolinieritas` 70

Tabel 4.18 Analisis Regresi Linear Berganda 72

Tabel 4.19 Hasil Perhitungan Uji Hipotesis (X_1) Terhadap (Y) 74

Tabel 4.20 Hasil Perhitungan Uji Hipotesis (X2) Terhadap (Y) 75

Tabel 4.21 Uji Simultan 76

Tabel 4.22 Hasil Perhitungan Koefisien Determinan (R^2) 77