

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian dan pembahasan terhadap data hasil penelitian yang telah dikumpulkan mengenai Nilai Mata Kuliah Kewirausahaan dan Penggunaan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Stambuk 2017 Pendidikan Bisnis Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan, diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis linear berganda diperoleh persamaan  $Y = -0.809 + 0.277X_1 + 0.693X_2$ . Dari persamaan tersebut nilai konstan  $-0.809$ , artinya jika Nilai Mata Kuliah Kewirausahaan ( $X_1$ ), dan Penggunaan Media Sosial ( $X_2$ ) sebesar 0, maka Minat Berwirausaha ( $Y$ ) akan bernilai sebesar  $-0.809$ . Selanjutnya nilai koefisien Nilai Mata Kuliah Kewirausaha  $X_1$  adalah sebesar  $0.277$  artinya Nilai Mata Kuliah Kewirausaha ( $X_1$ ) mengalami kenaikan sebesar  $1\%$ , maka Minat Berwirausaha ( $Y$ ) akan mengalami peningkatan sebesar  $0.277$ . Kemudian nilai koefisien Penggunaan Media Sosial  $X_2$  adalah sebesar  $0.693$  artinya apabila Penggunaan Media Sosial ( $X_2$ ) mengalami kenaikan sebesar  $1\%$ , maka minat menjadi *young entrepreneur* ( $Y$ ) akan mengalami peningkatan sebesar  $0.693$  dengan syarat variabel bebas lainnya bernilai tetap.
2. Terdapat pengaruh positif, tidak signifikan antara nilai mata kuliah kewirausahaan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa prodi

pendidikan bisnis stambuk 2017 yang ditunjukkan dengan nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  dimana  $1.405 < 1.987$  dengan nilai signifikan  $0.164 > 0.05$ .

3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa prodi pendidikan bisnis stambuk 2017 yang ditunjukkan dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dimana  $6.883 > 1.987$  dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ .
4. Secara simultan (uji F) dengan nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dimana  $27.847 > 3,100$  dan nilai signifikan  $0.00 < 0.05$  dapat disimpulkan bahwa nilai mata kuliah kewirausahaan dan penggunaan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa prodi pendidikan bisnis stambuk 2017.
5. Nilai Mata Kuliah Kewirausahaan ( $X_1$ ) dan Penggunaan Media Sosial ( $X_2$ ) memberikan kontribusi pengaruh sebesar 39.3% terhadap minat berwirausaha ( $Y$ ) pada mahasiswa prodi pendidikan bisnis stambuk 2017, sedangkan 60.7% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan dan disimpulkan, maka diperoleh beberapa saran yaitu sebagai berikut :

1. Kepada mahasiswa prodi pendidikan bisnis stambuk 2017 diharapkan untuk meningkatkan minat berwirausaha melalui pembelajaran kewirausahaan dan juga memanfaatkan teknologi untuk memulai berwirausaha agar kelak mampu menjadi pengusaha muda yang mampu bersaing baik secara offline (secara langsung) maupun online.. Hal ini

dapat dilakukan dengan berbagai cara untuk mencoba untuk membuka usaha kecil-kecilan dan berjualan secara online.

2. Kepada fakultas ekonomi unimed diharapkan mampu meningkatkan minat berwirausaha selain melalui proses belajar juga melalui event/bazar yang rutin diadakan, dan di event tersebut mahasiswa yang mengambil peran dalam penjual ini sebagai bentuk pengaplikasian ilmu yang sudah dipelajari dalam proses belajar.
3. Bagi para peneliti selanjutnya yang hendak meneliti maupun mengembangkan penelitian serupa, hendaknya mempertimbangkan variasi dari sampel maupun variabel yang akan diteliti. Peneliti selanjutnya juga diharapkan dapat mengungkap penemuan-penemuan baru yang bisa menunjang penelitian terdahulu.