

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
KATA PENGANTAR.....	ii
ABSTRAK	v
DAFTAR ISI.....	vii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	9
1.3 Batasan Masalah.....	10
1.4 Rumusan Masalah	11
1.5 Tujuan Penelitian	11
1.6 Manfaat Penelitian	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Kerangka Teoritis.....	13
2.1.1 Minat Berwirausaha	13
2.1.1.1 Pengertian Minat	13
2.1.1.2Aspek Minat	14
2.1.1.3Pengertian Wirausaha.....	15
2.1.1.4 Ciri-Ciri dan Watak Wirausaha.....	16
2.1.1.5 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha.....	17
2.1.1.6 Indikator Minat Berwirausaha.....	17
2.1.2 <i>E-commerce</i>	18
2.1.2.1 Pengertian <i>E-commerce</i>	18
2.1.2.2 Indikator <i>E-Commerce</i>	20
2.1.2.3Jenis-jenis <i>E-commerce</i>	21
2.1.2.4Manfaat <i>E-commerce</i>	22

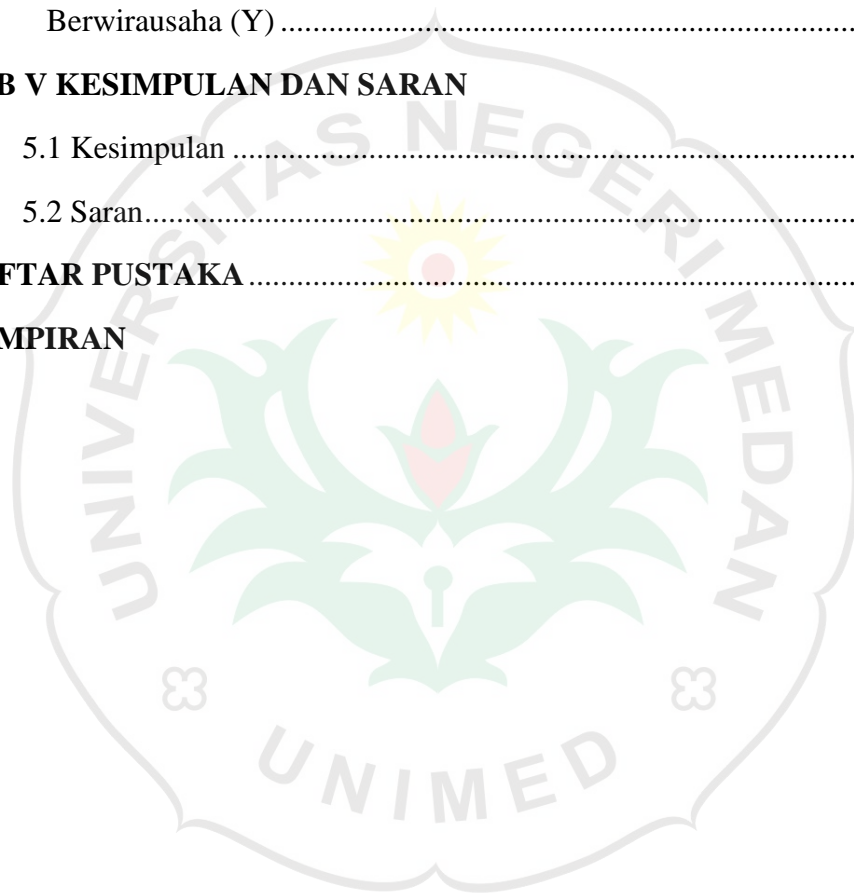
2.1.3 Sosial Media	22
2.1.3.1 Pengertian Sosial Media.....	22
2.1.3.2 Karakteristik Sosial Media.....	24
2.1.3.3 Manfaat Sosial Media	24
2.1.3.4 Manfaat Sosial Media Untuk Berwirausaha	25
2.1.3.5 Contoh Sosial Media	26
2.1.3.6 Indikator Media Sosial.....	26
2.2 Penelitian yang Relevan.....	27
2.3 Kerangka Berfikir.....	29
2.4 Hipotesis Penelitian.....	31
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian	32
3.2 Populasi dan Sampel	32
3.2.1 Populasi.....	32
3.2.2 Sampel.....	33
3.3 Variabel Penelitian dan Defenisi Operasional	33
3.3.1 Variabel Penelitian	33
3.3.2 Defenisi Operasional.....	34
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.4.1 Kuesioner/Angket	35
3.5 Uji Coba Instrument.....	37
3.5.1 Uji Validitas	37
3.5.2 Uji Reliabilitas	38
3.6 Uji Asumsi Klasik.....	40
3.6.1 Uji Normalitas.....	40
3.6.2 Uji Linearitas.....	41
3.6.3 Uji Multikolinearitas	42

3.7 Teknik Analisis Data.....	43
3.7.1 Analisis Regresi Linier Berganda	43
3.7.2 Uji Hipotesis	44
3.7.2.1 Uji Parsial (Uji-t).....	44
3.7.2.2 Uji Simultan (Uji-F).....	45
3.7.3 Perhitungan Determinasi (R^2)	46

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Hasil Penelitian	47
4.1.1 Uji Validitas dan Reliabilitas <i>E-Commerce</i> (X_1)	47
4.1.2 Validitas dan Reliabilitas Media Sosial (X_2)	49
4.1.3 Validitas dan Reliabilitas Minat Berwirausaha (Y)	51
4.2 Deskripsi Variabel Penelitian.....	52
4.2.1 <i>E-Commerce</i>	52
4.2.2 Media Sosial.....	57
4.2.3 Minat Berwirausaha	61
4.3 Uji Asumsi Klasik.....	65
4.3.1 Uji Normalitas	65
4.3.2 Uji Linearitas.....	68
4.3.3 Uji Multikolinearitas	70
4.4 Analisis Data Hasil Penelitian.....	71
4.4.1 Perhitungan Regresi Linear Berganda	71
4.5 Uji Hipotesis	73
4.5.1 Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)	73
4.5.2 Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)	74
4.5.3 Koefisien Determinasi.....	75
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian	76
4.6.1 Pengaruh <i>E-Commerce</i> (X_1) Terhadap Minat Berwirausaha (Y) ..	78

4.6.2 Pengaruh Media Sosial (X ₂) Terhadap Minat Berwirausaha (Y) ..	78
4.6.3 Pengaruh <i>E-Commerce</i> (X ₁) dan Media Sosial (X ₂) Terhadap Minat Berwirausaha (Y)	79
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	81
5.2 Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN	



THE
Character Building
 UNIVERSITY