

ABSTRAK

Parman Hatoguan Hasibuan, NIM 7161144031, “Pengaruh Kepercayaan Diri dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Prodi Pendidikan Administrasi Perkantoran Angkatan 2017 Universitas Negeri Medan.

Permasalahan dalam penelitian ini adalah kepercayaan diri dan penggunaan media sosial belum sepenuhnya menjadikan mahasiswa mampu berwirausaha ditunjukkan dengan rendahnya minat berwirausaha mahasiswa dan tidak berani dalam mengambil resiko.

Tujuan dari penelitian ini adalah : 1) Untuk mengetahui Pengaruh Kepercayaan Diri Dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Prodi Pendidikan Administrasi Perkantoran Angkatan 2017 Universitas Negeri Medan. 2) Untuk mengetahui Pengaruh Kepercayaan Diri Dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Prodi Pendidikan Administrasi Perkantoran Angkatan 2017 Universitas Negeri Medan 3) Untuk mengetahui Pengaruh Kepercayaan Diri Dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Prodi Pendidikan Administrasi Perkantoran Angkatan 2017 Universitas Negeri Medan.

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif dengan penarikan kesimpulan melalui metode statistik. Hasil analisis regresi memperoleh persamaan garis regresi: regresi $Y = 62,852 + 0,187X_1 + 0,057X_2 + e$. Kesimpulan yang dapat diambil dari persamaan tersebut adalah: “terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kepercayaan diri dan terhadap minat berwirausaha mahasiswa”.

Hal ini terbukti melalui uji hipotesis (uji t), yang menunjukkan bahwa nilai besarnya $t > (2,417 > 1,986)$ dengan signifikan $0,00 < 0,05$, “Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa” dapat diterima berdasarkan uji hipotesis (uji t) yang mana diketahui bahwa $t > (2,670 > 1,986)$ dengan signifikan $0,01 < 0,05$, “Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara simultan antara kepercayaan diri dan penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa” dapat diterima yang ditunjukkan melalui uji F, yang menunjukkan nilai $F = 3,282 > F_{table} = 3,10$ dengan signifikan $0,00 < 0,05$. dengan R-Square sebesar 53% sedangkan sisanya sebesar 47% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.

Kata kunci: *Kepercayaan Diri, Penggunaan Media Sosial, Minat Berwirausaha*

ABSTRACT

Parman Hatoguan Hasibuan, NIM 7161144031, "The Influence of Self-Confidence and Use of Social Media on Entrepreneurial Interest in Students of 2017 Office Administration Education Study Program, Universitas Negeri Medan.

The problem in this study is that self-confidence and the use of social media have not fully made students capable of entrepreneurship shown by their low interest in entrepreneurship and not taking risks.

The objectives of this study were: 1) To determine the Effect of Self-Confidence and Use of Social Media on Entrepreneurial Interest in Office Administration Education Study Program Students 2017 State University of Medan. 2) To determine the effect of self-confidence and use of social media on entrepreneurial interest of students in the 2017 State University of Medan, the State University of Medan, 3) to determine the effect of self-confidence and use of social media on entrepreneurial interest of students in the 2017 State University of Medan.

This type of research is a descriptive study with a quantitative approach with drawing conclusions through statistical methods. The results of regression analysis obtained the regression line equation: regression $Y = 62.852 + 0.187X_1 + 0.057X_2 + e$. The conclusion that can be drawn from this equation is: "there is a positive and significant influence between self-confidence and students' interest in entrepreneurship".

This is proven through the hypothesis test (t test), which shows that the value of $t_{(count)} > t_{(table)}$ ($2.417 > 1.986$) with a significant $0.00 < 0.05$, "There is a positive and significant influence between the use of media. social towards students' interest in entrepreneurship "can be accepted based on the hypothesis test (t test) which is known that $t_{(count)} > t_{(table)}$ ($2,670 > 1.986$) with a significance of $0.01 < 0.05$," there is a positive and significant effect. Simultaneously between self-confidence and the use of social media on students' interest in entrepreneurship can be accepted as shown by the F test, which shows the value of $F_{(count)} = 3.282 > F_{(table)} = 3.10$ with a significant $0.00 < 0.05$.

Keywords: *Self-Confidence, Use of Social Media, Entrepreneurial Interes*