

ABSTRAK

PENGARUH PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN DAN PENGGUNAAN SOSIAL MEDIA TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA PENDIDIKAN ADMINISTRASI PERKANTORAN STAMBUK 2018 FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI MEDAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengetahuan kewirausahaan dan penggunaan sosial media terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa pendidikan administrasi perkantoran stambuk 2018 Universitas Negeri Medan. Sampel penelitian ini berjumlah 65 mahasiswa. Data penelitian ini diperoleh dari wawancara dan menyebarkan kuesioner penelitian kepada mahasiswa. Teknik analisis menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara serempak pengetahuan kewirausahaan dan penggunaan sosial media berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($15,283 > 3,14$). Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,061 > 1,669$) dan penggunaan sosial media berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha dengan nilai ($2,359 > 1,669$). Hasil R Square yaitu 0,330 yang artinya pengetahuan kewirausahaan dan penggunaan sosial media memberikan kontribusi sebesar 33% terhadap minat berwirausaha.

Kata kunci: Pengetahuan kewirausahaan, Penggunaan sosial media, Minat Berwirausaha

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF ENTREPRENEUR KNOWLEDGE AND SOCIAL MEDIA USED ON BUSINESS INTEREST ADMINISTRATION OFFICE STUDENT 2018 FACULTY OF ECONOMICS MEDAN STATE UNIVERSITY.

This study aims to determine and entrepreneur knowledge and social media used on on business interest administrasion office student 2018 Facult Economy Medan State University. The sample of this research is 65 student.

The research data were obtained from interviews and distributing research questionnaires to students. The analysis technique using multiple linear regression analysis.

The results of this study indicate that simultaneously the entrepreneur knowledge and social media usage have a significant effect on business interest with value $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($15,283 > 3,14$). The results of this research partially show that entrepreneurial knowledge have a positive value $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,061 > 1,669$) and social media using have a positive value ($2,359 > 1,669$). The result of R Square is 0,330 which means entrepreneur knowledge and social media using make an impact 33 % on business interest.

Keyword : Entrepreneur Knowledge, Social Media Used, Business Interest