

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	15
1.3 Pembatasan Masalah	16
1.4 Rumusan Masalah	16
1.5 Tujuan Penelitian	17
1.6 Manfaat Penelitian	17
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1..Kerangka Teoritis.....	19
2.1.1. Minat Berwirausaha	19
2.1.1.1 Faktor- faktor yang mempengaruhi Minat Berwirausaha ...	25
2.1.1.2 Indikator Minat Berwirausaha.....	26
2.1.2Media Sosial.....	27
2.1.2.1 Pengertian Media Sosial	27
2.1.2.2 Karakteristik Media Sosial	29
2.1.2.3 Indikator Media Sosial	31
2.1.2.4 Pemanfaatan Media Sosial	32
2.1.2.5 Jenis Media Sosial.....	35
2.1.2.6 Peran Media Sosial dalam Pemasaran.....	38
2.1.3 E-commerce	39

2.1.3.1 Pengertian E-commerce	39
2.1.3.2 Manfaat Penggunaan E-commerce	39
2.1.3.3 Karakteristik E-commerce.....	42
2.1.3.4 Dimensi dan Indikator E-commerce	43
2.2 Penelitian yang Relevan.....	45
2.3 Kerangka Berpikir.....	48
2.4 Hipotesis Penelitian.....	51

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian.....	53
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	53
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	54
3.3.1 Populasi Penelitian	54
3.3.2 Sampel Penelitian.....	54
3.4 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	56
3.4.1 Variabel Penelitian	56
3.4.2 Definisi Operasional.....	56
3.5 teknik Pengumpulan Data	57
3.5.1 Observasi.....	57
3.5.2 Dokumentasi	57
3.5.3 Angket (kuisisioner).....	58
3.6 Uji Instrumen Penelitian	59
3.6.1 Uji Validitas Angket	59
3.6.2 Uji Reabilitas Angket.....	62
3.7 Uji Asumsi Klasik.....	63
3.7.1 Uji Normalitas	63
3.7.2 Uji Linearitas.....	63
3.7.3 Uji Multikolinearitas	64
3.8 Teknik Analisis Data	65
3.8.1 Analisa Regresi Linier Berganda.....	65
3.9 Pengujian Hipotesis	66

3.9.1 Uji t(parsial)	66
3.9.2 Uji F (Simultan)	67
3.9.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	68

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian	69
4.1.1 Deskripsi Hasil Penelitian	69
4.1.1.1 Validitas dan Reliabilitas Sosial Media (X1)	70
4.1.1.2 Validitas dan Reliabilitas <i>E-commerce</i> (X2)	72
4.1.1.3 Validitas dan Reliabilitas Minat Berwirausaha (Y)	73
4.2 Deskripsi Variabel Penelitian.....	75
4.2.1 Distribusi Frekuensi Media Sosial (X1).....	75
4.2.2 Distribusi Frekuensi <i>E-Commerce</i> (X2).....	78
4.2.3 Distribusi Frekuensi Minat Berwirausaha (Y)	81
4.3 Uji Asumsi Klasik	84
4.3.1 Uji Normalitas	84
4.3.2 Uji Linearitas	85
4.3.3 Uji Multikolinearitas	86
4.4 Analisis Data Hasil Penelitian.....	87
4.4.1 Perhitungan Regresi Linear Berganda.....	87
4.5 Uji Hipotesis	89
4.5.1 Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji-t).....	89
4.5.2 Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji-f).....	91
4.5.3 Koefisien Determinasi.....	92
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian	92
4.6.1 Pengaruh X1 Terhadap Y	92
4.6.2 Pengaruh X2 Terhadap Y	95
4.6.3 Pengaruh X1 dan X2 Terhadap Y	96

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan98

5.2 Saran.....99

DAFTAR PUSTAKA.....100



THE
Character Building
UNIVERSITY