

**PENGARUH PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN DAN
PENGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT
BERWIRAUSAHA MASYARAKAT LINGKUNGAN
I-A GLUGUR KOTA**

SKRIPSI



STIE EKA PRASETYA

Ditulis Oleh:

**NOVRIYANTI
191010051**

**DIAJUKAN SEBAGAI SYARAT DALAM
RANGKA MEMPEROLEH GELAR
SARJANA MANAJEMEN
STIE EKA PRASETYA
MEDAN
2023**

LEMBAR PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING

Judul : PENGARUH PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN
DAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP
MINAT BERWIRAUSAHA MASYARAKAT
LINGKUNGAN I-A GLUGUR KOTA

Nama : Novriyanti
NIM: : 191010051
Program Studi : Kewirausahaan
Perguruan Tinggi : STIE Eka Prasetya

Medan, 26 Juni 2023

Disetujui oleh:
Tim Pembimbing

Pembimbing I



Elisabeth Naiggolan, S.Pd., M.Sc
NIDN: 0124028902

Pembimbing II



Muammar Rinaldi, S.Pd., M.Si
NIDN: 0108069301

Diterima dan divalidasi oleh Dewan Penguji Manajemen
Sekolah Tinggi Ekonomi Eka Prasetya

Judul : **PENGARUH PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN
DAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP
MINAT BERWIRAUSAHA MASYARAKAT
LINGKUNGAN I-A GLUGUR KOTA**

Nama : Novriyanti
NIM: : 191010051
Program Studi : Kewirausahaan
Perguruan Tinggi : STIE Eka Prasetya

Pada 26 Juni 2023
Dewan Penguji,

Penguji I : **Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si**
NIDN : 0006037202

Penguji II : **Bambang Sutejo S.E.MM**
NIDN : 0104127801

STIE Eka Prasetya
Ketua


Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si
NIDN: 0006037202

STIE EKA PRASETYA
PROGRAM SARJANA (S-1)
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

PERNYATAAN MENGENAI PLAGIARISME

Saya menyatakan bahwa Tugas Akhir yang saya serahkan kepada dosen pembimbing Tugas Akhir adalah benar-benar hasil pekerjaan saya. Jika saya mengutip dan/atau menggunakan hasil atau pekerjaan orang lain dalam Tugas Akhir saya, maka saya akan mengindikasikan hal itu secara jelas, dengan mencantumkan sumber kutipan yang bersangkutan.

Jika saya melanggar pernyataan saya tersebut dan memalsukan data penelitian maka saya menyatakan bersedia dikenakan sanksi plagiarisme dan sanksi akademik lainnya sesuai dengan peraturan yang berlaku di program Sarjana STIE Eka Prasetya Medan.

Nama	Novriyanti
NIM	191010051
Judul Tugas Akhir	Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Masyarakat Lingkungan I-A Glugur Kota
Pembimbing Tugas Akhir :	
Pembimbing-I	Elisabeth Nainggolan, S.Pd., M.Sc
Pembimbing-II	Muammar Rinaldi, S.Pd., M.Si

Saya menandatangani pernyataan ini dengan sadar dan pernyataan ini dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Medan, 26 Juni 2023



Novriyanti
191010051

KATA PENGANTAR

Terlebih dahulu penulis mengucapkan puji syukur dan terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“PENGARUH PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN DAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MASYARAKAT LINGKUNGAN I-A GLUGUR KOTA.”** sesuai dengan waktu yang sudah dijadwalkan.

Pada kesempatan ini, mengingat banyaknya bantuan dan bimbingan yang diterima selama penyusunan Skripsi ini, penulis ingin menyampaikan penghargaan dan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Ketua Yayasan Graha Eka Education Center, Bapak Susanto, ST., S.Pd., M.M.
2. Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya, Ibu Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.
3. Wakil Ketua Satu Bidang Akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya, Ibu Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, S.T., M.M.
4. Ibu Elisabeth Nainggolan S.Pd, M.Sc, selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan arahan sehingga rampungnya Skripsi ini.
5. Bapak Muammar Rinaldi, S.pd, M.Si, selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan arahan sehingga rampungnya Skripsi ini.
6. Koordinator Program Studi Manajemen Ibu Ihdina Gustina, S.E., M.M.
7. Kepala Bagian Akademik STIE Eka Prasetya Ibu Lisa Elianti Nasution, S.E., M.M,

8. Kepala Bagian Keuangan STIE Eka Prasetya Ibu Elysa, S.M.
 9. Kepala Bagian Kemahasiswaan Bapak Junaidi, S.M.
 10. Seluruh Dosen Pengajar dan Staff Pegawai STIE Eka Prasetya Medan.
 11. Kedua orang tua tercinta, saudara-saudaraku serta teman-teman yang telah banyak memberikan dorongan dan bantuan moral, materil maupun spiritual.
- Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Untuk itu segala saran dan kritik untuk penyempurnaan skripsi ini sangat diharapkan penulis. Akhir Kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi Pembaca. Terima Kasih

Medan, 26 Juni 2023

Penulis



Novriyanti
191010051

ABSTRAK

Novriyanti, 191010051, 2023. Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Penggunaan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha Masyarakat Lingkungan I-A Glugur Kota, STIE Eka Prasetya, Program Studi Manajemen, Pembimbing I: Ibu Elisabeth Nainggolan, S.Pd., M.Sc , Pembimbing II: Bapak Muammar Rinardi S.Pd., M.Si.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari Pengetahuan Kewirausahaan dan Penggunaan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha Masyarakat Lingkungan I-A Glugur Kota.

Metodologi penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu data yang diperoleh dalam bentuk angka atau bilangan. Sumber data berupa data primer dan sekunder, Unit analisis dalam penelitian ini adalah Masyarakat Lingkungan I-A Glugur Kota serta unit observasinya adalah Masyarakat Lingkungan I-A Glugur Kota. Sampel berjumlah 37 orang. Data dianalisis dengan menggunakan metode analisis regresi linear berganda. Hasil analisis memberikan persamaan Minat berwirausaha = $33,414 + 0,461 \text{ Pengetahuan Kewirausahaan} + 0,636 \text{ Penggunaan Media Sosial} + e$.

Hasil penelitian ini menyatakan pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Penggunaan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha Masyarakat Lingkungan I-A Glugur Kota yang ditunjukkan dari hasil analisis linear berganda memberikan arti bahwa setiap peningkatan aspek pada variabel Pengetahuan Kewirausahaan dan Penggunaan Media Sosial sebesar satu-satuan maka Minat Berwirausaha Masyarakat Lingkungan I-A Glugur Kota, terdapat pengaruh positif dan signifikan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha Masyarakat Lingkungan I-A Glugur Kota, terdapat pengaruh positif dan signifikan Penggunaan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha Masyarakat Lingkungan I-A Glugur Kota. Terdapat pengaruh positif dan signifikan Pengetahuan Kewirausahaan dan Penggunaan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha Masyarakat Lingkungan I-A Glugur Kota dan besar pengaruh 31.2%.

Kata Kunci: Pengetahuan Kewirausahaan, Media Sosial Dan Minat Berwirausaha

ABSTRACT

Novriyanti, 191010051, 2023. The Influence of Entrepreneurship Knowledge and Use of Social Media on Entrepreneurial Interests in Environmental Communities I-A Glugur Kota, STIE Eka Prasetya, Management Study Program, Advisor I: Mrs. Elisabeth Nainggolan, S.Pd., M.Sc, Advisor II: Mr. Muammar Rinardi S. Pd., M.Sc.

This study aims to determine how much influence Entrepreneurship Knowledge and Use of Social Media have on Interest in Entrepreneurship in the I-A Glugur City Community.

The research methodology used is a quantitative descriptive method. The type of data used in this study is quantitative data, namely data obtained in the form of numbers or numbers. Source of data in the form primary and secondary data. The unit of analysis this study was I-A Glugur City Community and the unit of observation was I-A Glugur City Community. The sample is 37 people. Data were analyzed using multiple linear regression analysis method. The results of the analysis give the equation interest in Entrepreneurship = $33.414 + 0.461 \text{ Entrepreneurship Knowledge} + 0.636 \text{ Use of Social Media} + e$.

The results of this study state the effect of knowledge of Entrepreneurship Knowledge and Use of Social Media have on Interest in Entrepreneurship in the I-A Glugur City Community which is shown from the results of multiple linear analysis which means that each aspect increase in the Entrepreneurship Knowledge and Use of Social Media variable is one unit, then the interest in Entrepreneurship in the environment Community I-A Glugur City, there is a positive and significant effect of Entrepreneurship Knowledge on the interest in Entrepreneurship of I-A Glugur City Community, there is a positive and significant influence on the use of Social Media on Community Entrepreneurial interests in the I-A Glugur City environment and a large influence of 31,2%

Keywords: Entrepreneurship Knowledge, Social Media and Interest in Entrepreneurship

MOTTO

*“Bersyukurlah atas waktu yang terberat anda,
karena hal ini membentuk anda yang indah”*

(Mardigu Wowiek)

*“Hargai waktu dan orang yang ada disekitar
anda sekarang, mungkin itu akan menjadi
momen yang tidak akan terulang kembali”*

(Novriyanti)

PERSEMBAHAN

SKRIPSI ini kupersambahkan untuk :

**Ayah, ibu, kakak dan adik yang saya sayangi,
Terima kasih atas supportnya selama ini
dan kepercayaan yang diberikan pada saya.**

Forgive me for everything

**Untuk semua dosen STIE Eka Prasetya
Terima kasih untuk ilmu dan bantuan yang telah
diberikan selama 4 tahun ini.**

**Untuk dosen pembimbing saya ibu Elisabeth dan pak
Muammar, terima kasih atas bantuan dan saran selama
penyusunan skripsi.**

***For all my friend*, terima kasih untuk semua kenangan
selama 4 tahun ini, senang bisa mengenal kalian semua**

DAFTAR ISI

JUDUL	
LEMBARAN PERSETUJUAN	
LEMBARAN PENGESAHAN	
PERNYATAAN MENGENAI PLAGIARISME	
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	v
ABSTRACT	viii
MOTTO	ix
PERSEMBAHAN.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	4
1.3 Batasan Masalah.....	5
1.4 Rumusan Masalah	5
1.5 Tujuan Penelitian	6
1.6 Kegunaan Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA & PENELITIAN TERDAHULU.....	8
2.1 Tinjauan Pustaka.....	8
2.1.1 Minat Berwirausaha	8
2.1.1.1 Pengertian Minat Berwirausaha.....	8

2.1.1.2 Karakteristik Wirausaha	9
2.1.1.3 Nilai-Nilai Hakiki Kewirausahaan	10
2.1.1.4 Indikator Minat Berwirausaha.....	12
2.1.2 Teori Tentang Pengetahuan Kewirausahaan	13
2.1.2.1 Pengertian Pengetahuan Kewirausahaan	13
2.1.2.2 Tujuan Pengetahuan Kewirausahaan	14
2.1.2.3 Indikator Pengetahuan Kewirausahaan	15
2.1.3 Teori tentang Penggunaan Media Sosial	15
2.1.3.1 Pengertian Penggunaan Media Sosial	15
2.1.3.2 Jenis Media Sosial	16
2.1.3.3 Indikator Media Sosial.....	17
2.2 Penelitian Terdahulu.....	19
2.3 Kerangka Pemikiran.....	21
2.4 Hipotesis	22
BAB III METODE PENELITIAN.....	23
3.1 Lokasi Dan waktu penelitian.....	23
3.1.1 Lokasi penelitian	23
3.1.2 Waktu Penelitian.....	23
3.2 Jenis Dan Sumber Data	23
3.2.1 Jenis Data.....	23
3.2.2 Sumber Data	23
3.3 Populasi dan Sampel penelitian.....	24
3.3.1 Populasi Penelitian	24
3.3.2 Sampel Penelitian.....	24
3.4 Definisi Operasional Variabel penelitian.....	25
3.5 Teknik Pengumpulan Data	26

3.6 Teknik Analisis Data	27
3.6.1 Uji Validitas	27
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	28
3.6.3 Uji Asumsi Klasik	28
3.6.3.1 Uji Normalitas	28
3.6.3.2 Uji Multikolinearitas	29
3.6.3.3 Uji Heteroskedastisitas	30
3.6.4 Analisa Regresi Linear Berganda.....	30
3.6.5 Pengujian Hipotesis	31
3.6.5.1 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)	31
3.6.5.2 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)	31
3.6.6 Koefisien Determinasi (R ²)	32
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	33
4.1. Profil Penelitian.....	33
4.1.1 Sejarah Singkat Lingkungan I-A Glugur Kota	33
4.1.2 Visi, Misi dan Struktur lingkungan I-A Glugur Kota	33
4.1.2.1 Visi lingkungan I-A Glugur Kota	33
4.1.2.2 Misi Lingkungan I-A Glugur Kota	33
4.1.2.3 Struktur Organisasi Lingkungan I-A Glugur Kota	34
4.2 Hasil Penelitian	35
4.2.1 Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas	35
4.2.1.1 Uji Validitas.....	35
4.2.1.2 Uji Reliabilitas	38
4.2.2 Karakteristik Responden.....	40
4.2.2.1 Berdasarkan Jenis Kelamin.....	40
4.2.2.2 Berdasarkan Usia	40

4.2.3 Uji Asumsi Klasik.....	41
4.2.3.1 Uji Normalitas.....	41
4.2.3.2 Uji Multikolinieritas	44
4.2.3.3 Uji Heteroskedastisitas	45
4.2.4 Analisis Regresi Linear Berganda	46
4.2.5 Uji Hipotesis.....	48
4.2.5.1 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)	48
4.2.5.2 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)	50
4.2.5.3 Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	52
BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI MANAJERIAL, DAN SARAN	56
5.1 Kesimpulan	56
5.2 Implikasi Manajerial	57
5.3 Saran Akademis	58

DAFTAR PUSTAKA

SURAT IZIN PENELITIAN

SURAT BALASAN

PENELITIAN

KARTU PESERTA SEMINAR SKRIPSI

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Masyarakat Dan Usaha Lingkungan I-A Glugur Kota.....	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	19
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel penelitian.....	25
Tabel 3.2 Skala Likert.....	26
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Pengetahuan Kewirausahaan (X₁).....	36
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Penggunaan Media Sosial (X₂).....	37
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Minat Berwirausaha.....	37
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas Pengetahuan Kewirausahaan (X₁).....	38
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas Penggunaan Media Sosial (X₂).....	39
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas Minat Berwirausaha (Y).....	39
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	40
Tabel 4.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	40
Tabel 4.9 One-Sample Kolmogorov-Smirnov.....	43
Tabel 4.10 Uji Multikolinearitas.....	44
Tabel 4.11 Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	47
Tabel 4.12 Uji t (Uji Parsial).....	49
Tabel 4.13 Uji f (Uji Simultan).....	51
Tabel 4.14 Hasil Pengujian Hipotesis.....	51
Tabel 4.15 Uji Koefisien Determinasi (R²).....	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka pemikiran.....	22
Gambar 4.1 Struktruk Organisasi Lingkungan I-A Glugur Kota.....	34
Gambar 4.2 Grafik Histogram.....	42
Gambar 4.3 Grafik Normal P-P Plot.....	43
Gambar 4.4 Grafik <i>Scatterplots</i>.....	45

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner**
- Lampiran 2 : Tabulasi Data Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas**
- Lampiran 3 : Hasil Analisis Data Validitas Dan Reliabilitas
Pengetahuan Kewirausahaan (X_1)**
- Lampiran 4 : Hasil Analisis Data Validitas Dan Reliabilitas
Penggunaan Media Sosial (X_2)**
- Lampiran 5 : Hasil Analisis Data Validitas Dan Reliabilitas Minat
Berwirausaha (Y)**
- Lampiran 6 : Uji Asumsi Klasik**
- Lampiran 7 : Uji Regresi Linear Berganda, Uji Hipotesis Dan Uji
Koefisien Determinasi**

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang masalah

Pengangguran adalah masalah ekonomi yang paling mendasar khususnya di Indonesia. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2022 tingkat pengangguran terbuka (TPT) Februari 2022 sebesar 5,83 persen, turun sebesar 0,43 persen dibanding dengan Februari 2021 (bps.go.id). Bertambahnya wirausaha dapat mengurangi angka pengangguran dan akan meningkatkan pendapatan masyarakat. Namun sebagian besar *mindset* masyarakat lebih baik bekerja dengan orang lain bukan menghasilkan lapangan kerja sendiri, maka demikian harus ada perubahan *mindset* dalam masyarakat agar dapat terbentuknya kemandirian. Cara untuk mengubah *mindset* tersebut dengan menumbuhkan jiwa wirausaha dalam diri masyarakat. Dengan dimilikinya jiwa wirausaha dalam masyarakat yang diharapkan terbentuknya jiwa pemimpin dalam masyarakat tersebut. Sangat diharapkan pula tumbuhnya jiwa wirausaha dalam masyarakat dapat membentuk lingkungan masyarakat yang dapat mampu mendorong masyarakat lainnya untuk berwirausaha.

Memiliki minat berwirausaha merupakan salah satu faktor yang melatarbelakangi kehadiran wirausaha sehingga dapat mengurangi jumlah pengangguran ditengah sulitnya mencari lapangan pekerjaan dan semakin meningkatnya jumlah pencari kerja, peningkatan jumlah wirausaha akan sulit tercapai apabila dari pihak masyarakat kurang berminat dalam melakukan kegiatan wirausaha. Minat berwirausaha tumbuh dengan adanya pengetahuan

kewirausahaan yang meningkatkan kemampuan dalam melihat peluang usaha dan hasil pengujian menunjukkan bahwa adanya pengaruh minat berwirausaha dengan adanya pengetahuan kewirausahaan dan penggunaan media sosial (Olokundun et al., 2018).

Minat berwirausaha juga di pengaruh pengetahuan kewirausahaan. Pengetahuan Kewirausahaan menjadi bekal masyarakat dalam menjalankan usaha, semakin tinggi pengetahuan kewirausahaan maka akan membuka wawasannya tentang berwirausaha. Hal tersebut sesuai dengan yang diungkapkan Suryana (2016) bahwa syarat utama untuk menjadi wirausahawan yang sukses adalah memiliki jiwa dan watak kewirausahaan sedangkan jiwa dan watak dipengaruhi ketrampilan, kemampuan atau kompetensi yang mana kompetensi tersebut ditentukan oleh pengetahuan dan pengalaman usaha.

Pada era saat ini diketahui sebagai *industrial revolution 4.0* mengungkapkan bahwa siapa saja yang dapat menguasai suatu informasi, maka sama halnya seseorang tersebut dapat menguasai seluruh dunia. Sirkulasi informasi yang semakin deras sejalan dengan lahirnya perangkat komunikasi yang semakin canggih yaitu *social media*. Kedudukan media sosial saat ini sangat diakui untuk membantu di dunia usaha yang penggunaannya amat mudah serta bisa diakses oleh siapa saja dengan konektivitas internet. Minat berwirausaha yang dilakukan melalui sosial media, seperti facebook, whatsapp, instagram, twiter dan YouTube sebagai media promosi usaha (Barrera-verdugo & Villarroel-villarroel, 2022).

Dengan adanya Pengetahuan kewirausahaan serta memanfaatkan sebelum media sosial dengan bijak. Masyarakat dapat melatih dirinya untuk bisa percaya

diri dalam jualan berbasis *online shop*, yang mana dapat dipromosikan melalui instagram, facebook, whatsapp dan media sosial lainnya. Media sosial dapat yang memudahkan pengguna yang memiliki bisnis online untuk memanfaatkannya dalam melakukan promosi bisnis karena media sosial tersebut banyak diakses masyarakat umum. Internet bukan hanya sebagai alat untuk komunikasi, dengan adanya internet dapat membantu meningkatkan minat berwirausaha individu (Laouiti et al., 2022)

Lingkungan I-A Glugur Kota adalah kawasan tempat tinggal yang berlokasi di jalan Kol. Yos Sudarso Gg. Lingkungan I-A Glugur Kota, Medan Barat, Sumatera Utara yang dekat dengan banyak tempat seperti *Night Market*, Maju Bersama, Indomaret, Alfamart, serta OYO. Selain dekat dengan berapa tempat yang telah disebutkan kawasan lingkungan I-A Glugur Kota juga bisa dijadikan tempat tinggal sekaligus tempat usaha, namun tidak banyak masyarakat di daerah tersebut yang memiliki usaha.

Tabel 1.1
Jumlah Masyarakat Dan Usaha Lingkungan I-A Glugur Kota
Tahun 2018 s/d 2022

No	Tahun	Jumlah Masyarakat	Jumlah Usaha
1	2018	278	1
2	2019	280	3
3	2020	283	3
4	2021	288	4
5	2022	295	6

Sumber: Kepala Lingkungan I Glugur Kota (2022)

Tabel 1.1 diatas, dapat dilihat bahwa jumlah usaha masyarakat di lingkungan I-A Glugur Kota yang masih sedikit dibandingkan jumlah masyarakatnya. Masih banyak masyarakat di lingkungan I-A Glugur Kota yang

bekerja sebagai karyawan pabrik, Karyawan Bank BCA, karyawan asuhansi PaninDai-ichiLife, berjualan di pasar dan menjual kantong plastik dalam jumlah besar.

Berdasarkan observasi yang saya lakukan diduga sedikitnya minat berwirausaha masyarakat di Lingkungan I-A Glugur Kota karena kurangnya pengetahuan kewirausahaan dikarenakan banyak masyarakat yang nyaman bekerja dengan orang lain sehingga tidak penting pengetahuan kewirausahaan bagi mereka, tidak mengetahui perkembangan teknologi yang dimana bisa memanfaatkan media sosial sebagai media untuk memperkenalkan produk atau jasa dan kurangnya keberanian mengambil resiko dalam berwirausaha takut gagal, belum memiliki modal dan persaingan yang ketat. Adapun usaha yang menggunakan media sosial masih merasa kurang percaya atau keamanan yang tersedia masih kurang.

Berdasarkan uraian diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN DAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MASYARAKAT LINGKUNGAN I-A GLUGUR KOTA”**

1.2 Identifikasi Masalah

Pada latar belakang yang telah diuraikan di atas, diketahui identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Masyarakat merasa lebih nyaman bekerja sebagai pekerja di Perusahaan atau instansi pemerintah dikarenakan kurangnya akan pengetahuan kewirausahaan.

2. Masih banyak masyarakat pada lingkungan I-A Glugur Kota yang kurang berminat dalam berwirausaha di karenakan masih banyak masyarakat yang kurang mengetahui teknologi seperti pemanfaatan media sosial.

1.3 Batasan Masalah

Agar peneitian lebih fokus dan tidak meluas dari pembahasan yang dimaksud, maka penulis membatasinya dengan ruang lingkup penelitian meliputi variabel Pengetahuan Kewirausahaan (X_1) dan Penggunaan Media Sosial (X_2) terhadap Minat Berwirausaha (Y). Objek penelitian ini adalah Masyarakat Lingkungan I-A Glugur Kota

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas serta pentingnya Pengetahuan kewirausahaan serta Penggunaan media sosial saat ini, maka penelitian merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah Pengetahuan Kewirausahaan berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha Masyarakat Lingkungan I-A Glugur Kota?
2. Apakah Penggunaan Media Sosial berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha Masyarakat Lingkungan I-A Glugur Kota?
3. Apakah Pengetahuan Kewirausahaan dan Penggunaan Media Sosial berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha bagi Masyarakat Lingkungan I-A Glugur Kota?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah Pengetahuan Kewirausahaan berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha Masyarakat Lingkungan I-A Glugur Kota.
2. Untuk mengetahui apakah Penggunaan Media Sosial berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha Masyarakat Lingkungan I-A Glugur Kota.
3. Untuk mengetahui apakah Pengetahuan Kewirausahaan dan Penggunaan Media Sosial berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha bagi Masyarakat Lingkungan I-A Glugur Kota.

1.6 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan yang diharapkan dapat diperoleh dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Masyarakat Lingkungan I-A Glugur Kota .

Hasil penelitian ini dapat dijadikan gambaran atau masukan informasi terkait perilaku berwirausaha dikalangan masyarakat lingkungan I-A Glugur Kota. Diharapkan kedepannya masyarakat dapat memiliki minat dalam Berwirausaha dan menggunakan Media Sosial sebagai alat memperkenalkan usahanya.

2. Bagi Civitas Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk menjadi acuan bagi peneliti-peneliti yang akan dilakukan oleh siapa saja yang melakukan peneliti

variabel yang mengetahui lebih dalam mengenai persepsi pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Penggunaan Media Sosial terhadap Minat Berwirusaha Masyarakat Lingkungan I-A Glugur Kota.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA & PENELITIAN TERDAHULU

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Minat Berwirausaha

2.1.1.1 Pengertian Minat Berwirausaha

Minat berwirausaha merupakan rasa ketertarikan terhadap kegiatan berwirausaha dan berani mengambil resiko dimasa depan. Menurut Nurmahmudah (2021), Minat berwirausaha adalah rasa ketertarikan terhadap kegiatan berwirausaha yang menciptakan suatu usaha yang bermanfaat bagi diri sendiri dan lingkungan sekitar. Rachmat (2023) mengemukakan Minat berwirausaha merupakan pemusatan perhatian pada wirausaha karena adanya rasa suka dan disertai keinginan mempelajari, mengetahui dan membuktikan lebih lanjut terhadap wirausaha.

Hal yang hampir sama dengan Veryani et al (2022) yang menjelaskan bahwa Minat berwirausaha adalah suatu keinginan seseorang untuk melakukan kegiatan kewirausahaan, sedangkan Dinar et al (2020) Minat berwirausaha adalah keinginan, ketertarikan serta kesediaan untuk bekerja keras atau berkemauan keras untuk berdikari atau berusaha memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa merasa takut dengan resiko yang akan terjadi, serta senantiasa belajar dari kegagalan yang dialami. Khotimah et al (2022) menjelaskan bahwa Minat berwirausaha adalah rasa ketertarikan terhadap kegiatan yang menciptakan suatu usaha yang bermanfaat bagi diri sendiri dan lingkungan sekitar.

Berdasarkan pendapat para ahli diatas penulis menyimpulkan bahwa minat kewirausahaan adalah rasa ketertarikan terhadap kegiatan yang menciptakan suatu usaha yang bermanfaat bagi diri sendiri dan lingkungan sekitar tanpa merasa takut dengan resiko yang akan terjadi, serta senantiasa belajar dari kegagalan yang dialami.

2.1.1.2 Karakteristik Wirausaha

Karakteristik wirausahaan dan ciri-ciri wirausaha adalah berani mengambil resiko dan bersahabat dengan ketidakpastian. Menurut Dewi dkk (2020:8), ciri ciri wirausaha adalah sebagai berikut:

1. Memiliki keberanian mempunyai daya kreasi
Seorang pebisnis harus berani berimajinasi atau tidak ragu-ragu untuk bermimpi dan berencana.
2. Berani mengambil risiko
Jika seseorang ingin menjadi seorang pebisnis haruslah berani menghadapi tantangan, hal ini tentunya harus sesuai dengan rencana yang telah disusun sebelumnya dan persepsi yang dia buat terhadap pemikiran yang dimiliki.
3. Memiliki semangat dan kemauan keras
Seorang pebisnis selain harus berani menghadapi tantangan, ia harus memiliki semangat dan kemauan yang kuat untuk berhasil.
4. Memiliki analisis yang tepat

Seseorang dapat dianggap sebagai pebisnis dengan asumsi dia memiliki kemampuan menganalisis informasi untuk melakukan investigasi yang tepat,

5. Tidak konsumtif

Sifat konsumtif adalah penyakit untuk masyarakat saat ini. Seorang pebisnis harus tidak berlebihan atau utamakan kebutuhan yang benar-benar diperlukan, pengeluaran tidak boleh lebih besar daripada pendapatan.

6. Memiliki jiwa pemimpin

Jiwa seorang pemimpin harus dimiliki oleh seorang pebisnis, agar mereka dapat membuat dan membangun usahanya agar lebih berkembang.

7. Berorientasi pada masa depan

Jika Anda sudah memiliki semua ciri di atas, seorang pebisnis akan fokus pada tujuan yang telah ditentukan.

2.1.1.3 Nilai-Nilai Hakiki Kewirausahaan

Nilai-nilai yang harus dimiliki oleh seorang wirausaha adalah mau berusaha, berani, jujur dan bertanggung jawab atas apa yang dikerjakan. Menurut Sanawiri & Iqbal (2018), menjelaskan bahwa terdapat beberapa nilai-nilai hakiki kewirausahaan yaitu:

1. Percaya Diri

Kepercayaan diri adalah pedoman mentalitas dan keyakinan seseorang dalam mengelola usaha atau pekerjaan. Dalam praktik kewirausahaan, sikap dan kepercayaan ini merupakan sikap dan keyakinan yang diperlukan untuk

memulai, melakukan, dan menyelesaikan tugas atau pekerjaan yang dihadapi.

2. Berorientasi pada Tugas Dan Hasil.

Nilai ini merupakan nilai dimana seseorang terus-menerus menemukan dan memulai sesuatu. Untuk memulai membutuhkan kemauan yang kuat dan keyakinan serta tujuan yang luar biasa. Perilaku inisiatif ini umumnya diperoleh melalui pelatihan dan pengalaman yang panjang, dan pengembangannya diperoleh melalui pengendalian diri, penalaran yang tegas, daya tanggap, dan jiwa pencapaian.

3. Keberanian Mengambil Risiko

Keinginan menjadi pemenang memenangkan dengan cara yang baik adalah merupakan salah satu bentuk keberanian menanggung risiko. Pebisnis adalah individu yang cenderung menyukai tantangan dalam membangun sebuah usaha untuk membuat kemajuan atau kegagalan dari pada tidak mencoba hal baru dan tidak berkembang.

4. Kepemimpinan

Seorang pebisnis yang efektif umumnya memiliki kepemimpinan, kepeloporan, dan karakteristik yang terpuji. Nilai kepemimpinan akan mempengaruhi perusahaan dalam mengeksplorasi kreativitas dan inovasi terhadap produk/jasa yang dihasilkan.

5. Berorientasi ke Masa Depan

Individu yang memiliki nilai ini adalah individu yang memiliki sudut pandang untuk masa depan. Karena dia memiliki perspektif yang jauh

tentang masa depan, dia biasanya mencoba untuk melangkah maju dan berkarya. Kuncinya adalah kemampuan untuk membuat sesuatu yang baru dan tidak sama dengan yang ada saat ini. Mengikuti dan memahami perkembangan yang terjadi adalah sesuatu yang harus dilakukan, hal ini sangat berguna dalam memimpin pemeriksaan yang berhubungan dengan kebutuhan pasar.

6. Keorisinilan, Kreativitas dan Inovasi

Nilai inovatif, kreatif, dan fleksibilitas merupakan unsur-unsur keorisinalitasan. Wirausaha yang inovatif adalah orang yang memiliki pemikiran yang kreatif dan yakin dengan adanya cara baru yang lebih baik.

2.1.1.4 Indikator Minat Berwirausaha

Indikator adalah alat ukur dalam proses mencapai tujuan. Menurut Dinar (2020) indikator minat berwirausaha meliputi:

1. Memiliki rasa percaya diri
2. Dapat mengambil resiko
3. Kreatif dan inovatif
4. Disiplin dan kerja keras
5. Berorientasi ke masa depan
6. Memiliki rasa ingin tau
7. Jujur dan mandiri

2.1.2 Teori Tentang Pengetahuan Kewirausahaan

2.1.2.1 Pengertian Pengetahuan Kewirausahaan

Pengetahuan Kewirausahaan adalah pengetahuan yang diperoleh dan dimiliki individu melalui Pendidikan dan pengalaman yang didapatkan dilapangan kerja. Menurut Mardia et al (2021), Pengetahuan Kewirausahaan adalah Intelektual yang diperoleh dan dimiliki seorang individu melalui pendidikan kewirausahaan yang nantinya bisa membantu seorang individu melakukan inovasi dan terjun dalam bidang wirausaha dan menurut Wahyuni et al (2022), pengetahuan kewirausahaan adalah kegiatan serta kemampuan setiap individu untuk memperoleh pemahaman yang memiliki keterkaitan secara sistematis sehingga nantinya akan mampu berinovasi dan kreatif dalam terjun di bidang wirausaha.

Nasution et al., (2021) mendefinisikan bahwa Pengetahuan kewirausahaan sebagai ilmu, seni maupun perilaku, sifat, ciri, dan watak seseorang yang mewujudkan gagasan inovatif ke dalam dunia nyata secara kreatif, sedangkan Aini & Oktafani, (2020) Pengetahuan kewirausahaan adalah semua informasi yang diperoleh dalam proses pelatihan dan pengalaman, yang digunakan sebagai pelatihan dan pemahaman, sehingga dapat mengarah pada kemampuan melihat risiko dan keberanian dalam menangani risiko-risiko ini. Vebrina (2021) Pengetahuan Kewirausahaan adalah pemahaman seseorang terhadap wirausaha dengan berbagai karakter positif, kreatif dan inovatif dalam mengembangkan peluang-peluang usaha menjadi kesempatan usaha yang menguntungkan dirinya dan masyarakat atau konsumennya.

Berdasarkan pendapat ahli di atas dapat disimpulkan bahwa pengetahuan kewirausahaan adalah kemampuan melihat peluang yang ada serta keberanian mengambil resiko, kreatif dan inovasi dalam menganalisis pasar untuk mendapat keuntungan baik untuk dirinya sendiri maupun untuk masyarakat.

2.1.2.2 Tujuan Pengetahuan Kewirausahaan

Tujuan pengetahuan kewirausahaan adalah untuk mengetahui apakah dengan belajar Pendidikan kewirausahaan membantu dalam bidang wirausahaan atau tidak. Menurut Shalahuddin (2018), kewirausahaan memiliki berbagai tujuan di antaranya sebagai berikut:

1. Meningkatkan jumlah para wirausaha yang berkualitas.
Ketika seseorang melakukan bisnis, tentunya membutuhkan sumber daya manusia yang dapat membantunya meningkatkan kualitas dari usahanya.
2. Memajukan dan menyejahterakan masyarakat.
Usaha yang sukses dan semakin besar, tentunya semakin banyak membutuhkan sumber daya manusia. Dengan memberdayakan masyarakat sekitar tempat usaha, hal tersebut dapat memberikan lapangan pekerjaan sekaligus mengurangi jumlah pengangguran.
3. Membudayakan semangat sikap, perilaku, dan kemampuan kewirausahaan di kalangan masyarakat.
Jika di masyarakat terdapat wirausaha yang sukses, bukan tidak mungkin hal tersebut menggugah semangat masyarakat di sekitar untuk mencoba bisnis.

2.1.2.3 Indikator Pengetahuan Kewirausahaan

Indikator sebagai petunjuk keadaan sebenarnya dilapangan. Indikator pengetahuan kewirausahaan yang dikemukakan oleh Suryaningsih & Agustin (2020) adalah sebagai berikut:

1. Komitmen tinggi terhadap tugas
2. Bertanggung jawab
3. Kemampuan untuk memimpin.

2.1.3 Teori tentang Penggunaan Media Sosial

2.1.3.1 Pengertian Penggunaan Media Sosial

Media sosial merupakan salah satu media yang mempermudah komunikasi interaktif antar pengusaha dengan siapapun, termasuk konsumen, pemasok dan berbagi pihak yang berkepentingan. Media sosial merupakan media yang sangat potensial untuk menemukan konsumen serta membangun *image* tentang merek suatu produk.

Menurut Batee (2019) Media sosial merupakan alat promosi bisnis yang efektif karena dapat diakses oleh siapa saja, sehingga jaringan promosi bisa lebih luas dan Wahyudi (2021) Media sosial adalah teknologi yang memfasilitasi interaksi sosial, memungkinkan kolaborasi, dan memungkinkan musyawarah lintas pemangku kepentingan. Teknologi ini termasuk blog, wiki, alat pembagi media (audio, foto, video, teks), platform jaringan (termasuk facebook) dan dunia virtual.

Menurut Nabila et al (2020) Media sosial adalah salah satu alat yang dimana seseorang dapat terhubung dengan segala hal dan yang terpenting adalah media

sosial juga sebagai alat berbagi informasi yang cepat, sedangkan Brahim (2021) Media sosial (*social media*) adalah saluran atau sarana pergaulan sosial secara online di dunia maya (internet). Para pengguna (*user*) media sosial berkomunikasi, berinteraksi, saling kirim pesan, dan saling berbagi (*sharing*), dan membangun jaringan (*networking*) dan Rahmawati et al, (2020) Media sosial adalah suatu perkembangan dari web baru yang ada di internet, yang semakin memudahkan masyarakat dalam menggunakan, berbagi, membentuk jaringan secara *online*, sehingga menyebarkan konten secara mandiri.

Berdasarkan pendapat para ahli di atas, maka penulis menyimpulkan bahwa media sosial adalah media untuk berbagi teks, video maupun informasi sehingga akan memudahkan seseorang ketika akan melakukan transaksi baik itu pembelian barang ataupun jasa.

2.1.3.2 Jenis Media Sosial

Jenis media sosial sangat banyak tidak terhitung jumlahnya. Menurut Batee (2019) sampai saat ini ada banyak jenis media sosial yang di gunakan oleh banyak orang. Namun dalam hal ini mengfokuskan pada dua media sosial yang sering digunakan yaitu:

1. Facebook

Facebook adalah sebuah layanan jejaring sosial berkantor pusat di Menlo Park, California, Amerika Serikat yang diluncurkan pada bulan Februari 2004. Hingga September 2012, Facebook memiliki lebih dari satu miliar pengguna aktif, lebih dari separuhnya menggunakan telepon genggam.

Pengguna harus mendaftar sebelum dapat menggunakan situs ini. Setelah itu, pengguna dapat membuat profil pribadi, menambahkan pengguna lain sebagai teman, dan bertukar pesan, termasuk pemberitahuan otomatis ketika mereka memperbarui profilnya. Selain itu, pengguna dapat bergabung dengan grup pengguna dengan ketertarikan yang sama, diurutkan berdasarkan tempat kerja, sekolah atau perguruan tinggi, atau ciri khas lainnya, dan mengelompokkan teman-teman mereka ke dalam daftar seperti "Rekan Kerja" atau "Teman Dekat".

2. Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, mengambil video, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Satu fitur yang unik di Instagram adalah memotong foto menjadi bentuk persegi, sehingga terlihat seperti hasil kamera Kodak Instamatic dan polaroid. Hal ini berbeda dengan rasio aspek 4:3 yang umum digunakan oleh kamera pada peranti bergerak.

2.1.3.3 Indikator Media Sosial

Indikator sebagai perkiraan yang mewakili keadaan didunia nyata. Menurut Batee (2019), indikator media sosial adalah:

1. Kemudahan

Ketika seseorang ingin berbelanja melalui media sosial, hal yang menjadi pertimbangan bagi pembeli online adalah faktor kemudahan penggunaan.

Faktor kemudahan ini terkait dengan bagaimana operasional bertransaksi secara online. Biasanya calon pembeli akan mengalami kesulitan pada saat pertama kali bertransaksi online, dan cenderung mengurungkan niatnya karena faktor keamanan serta tidak tahu cara bertransaksi *online*. Dilain pihak, ada juga calon pembeli yang berinisiatif untuk mencoba karena telah mendapatkan informasi tentang cara bertransaksi *online*. Suatu Website online shop yang baik adalah yang menyediakan petunjuk cara bertransaksi online, mulai dari cara pembayaran, dan fitur pengisian form pembelian. Kemudahan juga digunakan sebagai suatu tingkatan di mana seseorang percaya bahwa suatu teknologi dapat dengan mudah digunakan. Suatu situs online yang sering digunakan menunjukkan bahwa situs tersebut lebih dikenal, lebih mudah dioperasikan dan lebih mudah digunakan oleh para pengguna media sosial. Kemudahan dalam mencari informasi yang disajikan pada *online shop* sebaiknya mencakup informasi berkaitan dengan produk dan jasa yang ada pada *online shop*.

2. Kepercayaan

Hal yang menjadi pertimbangan seorang pembeli selanjutnya adalah apakah mereka percaya kepada website yang menyediakan *online shop* dan penjual *online* pada Website tersebut. kepercayaan pembeli terhadap website *online shop* terletak pada popularitas website *online shop* tersebut. Semakin popularitas suatu *website*, maka pembeli lebih yakin dan percaya terhadap reliabilitas Website tersebut. Selanjutnya, kepercayaan pembeli terhadap penjual *Online* terkait dengan keandalan penjual *online* dalam menjamin

keamanan bertransaksi dan meyakinkan transaksi akan diproses setelah pembayaran dilakukan oleh pembeli. Keandalan ini terkait dengan keberadaan penjual *online*. Semakin berkembangnya teknologi, semakin berkembang pula modus penipuan berbasis teknologi pada *online shop*. Pada situs-situs *online shop*, tidak sedikit penjual *online* fiktif yang memasarkan produk fiktif juga. Seorang pembeli harus terlebih dahulu untuk mengecek keberadaan penjual online. Biasanya pada situs *online shopping*, situs akan menampilkan informasi tentang penjual-penjual yang “lapaknya” sering diakses oleh orang. Pembeli dapat memanfaatkan informasi ini ketika akan membeli online.

3. Kualitas Informasi

Kualitas informasi didefinisikan sebagai seberapa besar suatu informasi tentang produk dan jasa berguna dan relevan bagi pembeli online dalam memprediksi kualitas dan utilitas suatu produk dan jasa yang ditawarkan di *Online Shop*.

2.2 Penelitian Terdahulu

Berikut beberapa penulis yang menjadi referensi penelitian ini dalam tabel

2.1 berikut.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1	Tangkeallo & Tangdialla, (2021). Jurnal Ekonomi dan Pendidikan, Vol.	Analisis Pendidikan Kewirausahaan dan Penggunaan Media Sosial	Variabel Independen: Pendidikan Kewirausahaan	Hasil penelitian membuktikan, secara simultan dan parsial terdapat pengaruh positif dan

No	Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
	4 No. 1 Januari 2021 p-ISSN: 2614-2139; e-ISSN: 2614-1973, Makassar.	Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi UKI Toraja	(X ₁), Penggunaan Media Sosial (X ₂) Variabel Dependen: Minat Berwirausaha (Y)	signifikan antara pendidikan kewirausahaan dan penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha.
2	Listiawati et al., (2020). Jurnal Kewirausahaan Dan Bisnis. Vol. 25 No. 1 Juni 2020 ISSN: 1979-861X, e-ISSN: 2549-155, Surakarta.	Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan Dan Pemanfaatan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Di Mahasiswa FKIP UNS	Variabel Independen: Pembelajaran Kewirausahaan (X ₁), Pemanfaatan Media Sosial (X ₂) Variabel Dependen: Minat Berwirausaha (Y)	Hasil penelitian membuktikan, secara simultan dan parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan antara pembelajaran kewirausahaan dan pemanfaatan media sosial terhadap minat berwirausaha.
3	Susilawaty, (2022). Journal of Business Administration (JBA). Vol.2 No. 1 2022 ISSN: 2775-1279, e-ISSN: 2775-2186. Padang.	Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Dan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa	Variabel Independen: Pendidikan Kewirausahaan (X ₁), Media Sosial (X ₂) Variabel Dependen: Minat Berwirausaha (Y)	Hasil penelitian membuktikan, pengaruh signifikan minat berwirausaha terhadap pendidikan kewirausahaan dan media sosial tidak pengaruh signifikan.
4	Murniati et al., (2019). Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi. Vol. 4 No.2 November 2019 e-ISSN: 2540-9247. Malang	Pengaruh Kepribadian, Pengetahuan Kewirausahaan, Kreativitas Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha	Variabel Independen: Kepribadian (X ₁) Pengetahuan Kewirausahaan (X ₂) Kreativitas (X ₃) Lingkungan Keluarga (X ₄) Variabel Dependen: Minat Berwirausaha (Y)	Hasil penelitian membuktikan, secara simultan dan parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan, Kepribadian, Pengetahuan kewirausahaan, Kreativitas dan Lingkungan keluarga terhadap Minat berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Kanjuruhan Malang
5	Rachmawati & Subroto (2022).	Pengaruh Lingkungan	Variabel Independen:	Hasil analisis membuktikan,

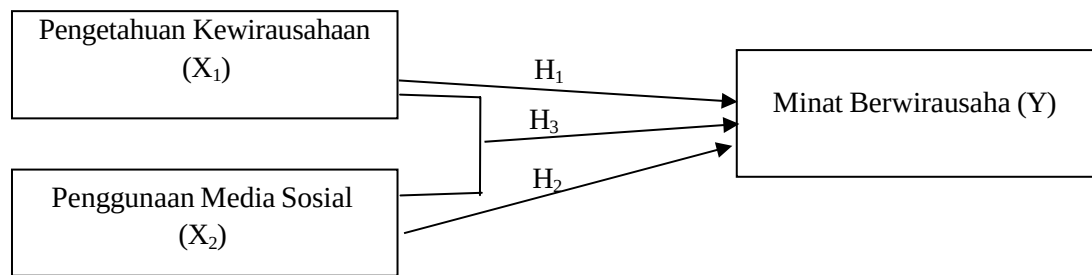
No	Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
	Jurnal ilmiah Pendidikan ekonomi fakultas keguruan dan ilmu Pendidikan. Vol. 10, No. 10, 2022. p-ISSN 2337-571X e-ISSN 2541-562X Surabaya	Keluarga, Pengetahuan Kewirausahaan Dan Motivasi Berwirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa	Lingkungan Keluarga (X_1), Pengetahuan Kewirausahaan (X_2) Dan Motivasi Berwirausaha (X_3). Variabel Dependen: Minat Berwirausaha (Y)	secara parsial lingkungan keluarga tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha, pengaruh positif dan signifikan antara pengetahuan kewirausahaan dan motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha. secara simultan pengaruh positif dan signifikan antara lingkungan keluarga, pengetahuan kewirausahaan dan motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha.

Sumber: Hasil Olah Data, 2022

2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran bertujuan untuk memperoleh kebenaran dalam hipotesis. Menurut Sugiyono (2016), kerangka penelitian sering disebut juga dengan kerangka pemikiran atau kerangka berpikir atau kerangka konseptual merupakan aturan, taktik, dan cara agar bisa memperoleh sebuah pengetahuan yang dapat untuk menguji salah satu atau sebenarnya sebuah hipotesis.

Berikut ini kerangka teoritik yang akan digunakan dalam penelitian yaitu sebagai berikut.



Gambar 2.1
Kerangka pemikiran

2.4 Hipotesis

Hipotesis adalah dugaan sementara dalam penelitian. Menurut Sugiyono (2016), hipotesis adalah pernyataan yang diterima secara sementara sebagai suatu kebenaran sebagaimana adanya, pada saat fenomena dikenal dan merupakan dasar kerja panduan dalam verifikasi. Hipotesis adalah keterangan sementara dari hubungan fenomena-fenomena yang kompleks. Berdasarkan kerangka konseptual diatas, maka dapat dibuat hipotesis penelitian, sebagai berikut ini:

- H₁ : Terdapat pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha Masyarakat Lingkungan I-A Glugur Kota.
- H₂ : Terdapat pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha Masyarakat Lingkungan I-A Glugur Kota.
- H₃ : Terdapat pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Penggunaan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha Masyarakat Lingkungan I-A Glugur Kota.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Dan waktu penelitian

3.1.1 Lokasi penelitian

Lokasi dilakukannya penelitian adalah Masyarakat Lingkungan I-A Glugur Kota yang beralamat di Jalan KL. Yos Sudarso LK. I-A Glugur Kota.

3.1.2 Waktu Penelitian

Waktu penelitian dimulai dari bulan Februari 2023 sampai dengan April 2023.

3.2 Jenis Dan Sumber Data

3.2.1 Jenis Data

Jenis data penelitian ini adalah data kuantitatif. Menurut Herlina (2019), data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka.

3.2.2 Sumber Data

Sumber data penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Menurut Herlina (2019), data primer adalah data yang bersumber dari wawancara langsung, hasil survei dan kuesioner terhadap responden sedangkan data sekunder adalah data yang bersumber dari perusahaan, bahan-bahan dokumentasi serta artikel-artikel yang dibuat oleh pihak ketiga dan mempunyai relevansi dengan penelitian ini. Data primer dalam penelitian ini adalah hasil survei dan kuesiner dan data sekunder dalam penelitian ini adalah berupa laporan jumlah masyarakat lingkungan I-A

Glugur Kota yang diperoleh dari kepala lingkungan I-A Glugur Kota tahun 2018-2022.

3.3 Populasi dan Sampel penelitian

3.3.1 Populasi Penelitian

Menurut Herlina (2019) populasi adalah generalsai yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi penelitian adalah Masyarakat Lingkungan I-A Glugur Kota yang berjumlah 295 penduduk Masyarakat Lingkungan I-A Glugur Kota.

3.3.2 Sampel Penelitian

Menurut Herlina (2019), Sampel adalah bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan untuk penelitian. Penulis memilih sampel random sampling.

Untuk mengetahui jumlah sampel yang di ambil peneliti menggunakan rumus Slovin dengan nilai kritis (e=5%):

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Dimana :

n = besaran sampel

N = besaran populasi

e = nilai kritis (batas ketelitian) yang diinginkan (persen kelonggaran Ketidak

telitian karena kesalahan penarikan sampel).

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

$$n = \frac{295}{1+295(0.05)^2}$$

$$n = \frac{295}{1+295 (0.025)}$$

$$n = \frac{295}{8}$$

$n = 36.875$ dibulatkan menjadi 37 sampel

Jadi, 37 sampel yang akan diambil dalam penelitian ini

3.4 Definisi Operasional Variabel penelitian

Definisi Operasional Variabel penelitian ini meliputi variabel indenpenden dan variabel dependen yang dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel penelitian

Variabel	Defenisi Operasional	Indikator	Skala
Pengetahuan Kewirausahaan (X₁)	Pengetahuan Kewirausahaan adalah Intelektual yang diperoleh dan dimiliki seorang individu melalui pendidikan kewirausahaan yang nantinya bisa membantu seorang individu melakukan inovasi dan terjun dalam bidang wirausaha	1. Komitmen tinggi terhadap tugas 2. Bertanggung jawab 3. Kemampuan untuk memimpin. (Suryaningsih & Agustin, 2020)	Skala Likert
Penggunaan Media Sosial (X₂)	Media sosial merupakan alat promosi bisnis yang efektif karena dapat diakses oleh siapa saja, sehingga jaringan promosi bisa lebih luas. (Batee, 2019)	1. kemudahan 2. kepercayaan 3. kualitas informasi (Batee, 2019)	Skala Likert

Variabel	Defenisi Operasional	Indikator	Skala
Minat Berwirausaha (Y)	Minat berwirausaha adalah rasa ketertarikan terhadap kegiatan berwirausaha yang menciptakan suatu usaha yang bermanfaat bagi diri sendiri dan lingkungan sekitar.	1. Memiliki rasa percaya diri 2. Dapat mengambil resiko 3. Kreatif dan inovatif 4. Disiplin dan kerja keras 5. Berorientasi ke masa depan 6. Memiliki rasa ingin tau 7. Jujur dan mandiri Dinar (2020)	Skala Likert

Sumber: Hasil Olah Data, 2022

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang relevan dalam penelitian maka dilakukan dengan cara wawancara yang dibantu dengan instrumen penelitian yaitu kuesioner yang diberikan kepada responden pengamatan langsung. Teknik pengumpulan data melalui kuesioner dilakukan dengan mengajukan pertanyaan kepada pihak bersangkutan dalam penelitian. Untuk menilai tanggapan responden maka penulisan menggunakan skala *likert*.

Menurut Herlina (2019:6), dimana skala *Likert* menggunakan beberapa butir pertanyaan untuk mengukur perilaku individu dengan merespon 5 titik pilihan pada setiap butir pertanyaan sebagai berikut:

Tabel 3.2
Skala Likert

Pernyataan skor	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Ragu-ragu (RR)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Hasil Olah Data, 2022

Setelah itu keseluruhan skor yang dikumpulkan kemudian dijumlahkan dan diolah dengan menggunakan SPSS (*Statistical Product and Service Solution*). Selanjutnya dilakukan perhitungan bobot nilai pada setiap jawaban responden akan dihitung untuk mendapatkan nilai persen (%) dan frekuensinya.

3.6 Teknik Analisis Data

Untuk mendapatkan hasil analisis data yang sesuai dengan apa yang diinginkan maka penelitian ini mengumpulkan data responden dari hasil kuesioner. Menurut Herlina (2019), analisis data adalah kegiatan setelah data seluruh responden atau data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk hipotesis yang diajukan.

3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidak suatu kuesioner. Menurut Priyatno (2018), uji validitas item digunakan untuk mengetahui seberapa cermat suatu item dalam mengukur apa yang ingin diukur. Peneliti mengukur validitas dalam penelitian ini menggunakan *bivariate pearson (product moment pearson)* teknik korelasi, dengan menghitung korelasi antara skor masing-masing butir pertanyaan dengan total skor. Uji validitas dapat dikatakan valid apabila signifikan $< 0,05$ atau 5%.

Hasil *pearson correlation* $\geq$ sig. 0,05 = tidak valid

Hasil *pearson correlation* $<$ sig. 0,05 = valid

3.6.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah untuk melihat apakah rangkaian kuesioner yang dipergunakan untuk mengukur suatu konstruk tidak mempunyai kecenderungan tertentu. Nilai yang lazim dipakai 0,6. Pengujian tingkat reliabilitas ini menggunakan alat bantu computer program SPSS yang memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistic *Cronbach Alpha*. Suatu variabel dikatakan reliable jika memiliki nilai *Cronbach Alpha* $>$ 0,60.

3.6.3 Uji Asumsi Klasik

Dalam suatu penelitian kemungkinan akan muncul masalah dalam analisis regresi dalam mencocokkan model pengujian. Menurut Gunawan (2020:108) tujuan pengujian asumsi klasik ini adalah untuk memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang didapatkan memiliki ketepatan dalam estimasi, tidak bias dan konsisten. Uji asumsi klasik yang akan dibahas antara lain: uji normalitas residual, multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas.

3.6.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji untuk mengetahui apakah variabel X dan Y atau kedua variabel itu normal atau tidak. Menurut Ghozali (2016), uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah pada suatu model regresi, suatu variabel independen dan variabel dependen ataupun keduanya mempunyai distribusi normal

atau tidak normal. Apabila suatu variabel tidak berdistribusi secara normal, maka hasil uji statistik akan mengalami penurunan. Salah satu cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik, dengan melihat grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya.

Dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik *histogram*nya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika data menyebar jauh dari diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik *histogram* tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

3.6.3.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah pengujian untuk mengetahui korelasi antar variabel independent. Menurut Santoso (2012:234), uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah pada sebuah model regresi ditentukan adanya korelasi antar variabel independen. Jika terjadi korelasi, maka terdapat *problem* multikonearitas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika terbukti ada multikolinearitas, sebaiknya salah satu variabel independen yang akan dikeluarkan dari model, lalu pembuatan model regresi diulang kembali. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas dapat dilihat

dari besaran *variance inflation factor* (VIF) dan *Tolerance*. Pedoman suatu model regresi yang bebas multikolinearitas adalah mempunyai angka *tolerance* mendekati

1. Batas VIF adalah 10, jika nilai VIF dibawah 10, maka tidak terjadi multikolinearitas.

3.6.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah uji ketidaksamaan varian pengamatan. Menurut Singgih Santoso (2016:210), uji heteroskedastisitas akan menyebabkan penaksiran koefisien regresi menjadi tidak efisien dan hasil taksiran dapat menjadi kurang atau melebihi dari yang semestinya. Dengan demikian agar koefisien-koefisien regresi tidak menyesatkan, maka situasi heteroskedastisitas tersebut dihilangkan dari model regresi. Adapun untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas yaitu melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot*. Regresi yang baik adalah regresi yang tidak terjadinya heteroskedastisitas.

3.6.4 Analisa Regresi Linear Berganda

Analisa regresi linear berganda digunakan untuk mengukur pengaruh antara lebih dari satu variabel predictor (variabel bebas) terhadap variabel terikat. Analisis regresi linear berganda adalah hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen dengan variabel dependen. Analisis ini untuk mengetahui arahan hubungan antara variabel independen dengan dependen apakah masing-masing variabel dependen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau

penurunan. Untuk persamaan regresi linier pada umumnya dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

- Y = Minat Berwirausaha (dependent variabel)
- X₁ = Pengetahuan Kewirausahaan (independent variabel)
- X₂ = Penggunaan Media Sosial (independent variabel)
- a = Konstanta
- b₁, b₂ = Koefisien regresi
- e = Persentase kesalahan (5%)

3.6.5 Pengujian Hipotesis

3.6.5.1 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Uji t adalah uji untuk mengukur pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Menurut Ghozali (2016:98) digunakan untuk menguji seberapa jauh pengaruh variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini secara individual dalam menerangkan variabel dependen secara parsial. Dasar pengambilan keputusan digunakan dalam uji t adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai probabilitas signifikansi > 0,05, maka hipotesis ditolak. Hipotesis ditolak mempunyai arti bahwa variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai probabilitas signifikansi < 0,05, maka hipotesis diterima. Hipotesis diterima mempunyai arti bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

3.6.5.2 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Uji kelayakan model dilakukan untuk mengetahui apakah model regresi

layak atau tidak untuk digunakan. Penguji ini menggunakan uji statistik F yang terdapat tabel Anova. Langkah pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. Jika probabilitas lebih besar dari tingkah signifikan (sig. 5%), maka model penelitian dapat digunakan atau model tersebut sudah layak.

Jika probabilitas lebih besar dari tingkat signifikan (sig. 5%), maka model penelitian tidak dapat digunakan atau model tersebut tidak layak.

3.6.6 Koefisien Determinasi (R^2)

Untuk mengetahui pengaruh variabel X terhadap Y. Menurut Herlina (2019:140), analisis determinasi atau disebut juga *R Square* yang disimbolkan dengan R^2 digunakan untuk mengetahui besaran pengaruh variabel independen (X) secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Y) dimana semakin kecil nilai koefisien determinasi, hal ini berarti pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) semakin lemah. Sebaliknya, jika nilai koefisien determinasi semakin mendekati angka 1, maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen semakin kuat.

Dengan demikian, jika nilai koefisien determinasi bernilai 0, maka hal ini menunjukkan tidak ada persentase sumbangan pengaruh yang diberikan oleh variabel independen terhadap variabel dependen. Namun jika koefisien determinasi bernilai 1 maka terdapat sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independent terhadap variabel dependen adalah sempurna.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Profil Penelitian

4.1.1 Sejarah Singkat Lingkungan I-A Glugur Kota

Kelurahan Glugur Kota merupakan kelurahan yang terletak di Kecamatan Medan Barat Kota Medan yang berkembang sebagai daerah jasa, perdagangan, permukiman dan lain-lain. Kelurahan Glugur Kota terdiri dari 22 (dua puluh dua) lingkungan. Mata pencarian masyarakat di lingkungan I-A Glugur Kota sebagai karyawan pabrik, Karyawan Bank BCA, karyawan asuhansi PaninDai-ichiLife, berjualan di pasar dan menjual kantong plastik dalam jumlah besar. Mulai tahun 2010 hingga saat ini peran aparat kelurahan dalam menjalankan fungsinya mengayomi masyarakat cukup baik walaupun terjadi pergantian kepala kelurahan ini disebabkan BKM berperan aktif menjalankan fungsinya sebagai motivator, dan mediator di tengah masyarakat, kerjasama aparat kelurahan dan perangkatnya (kepala lingkungan) dan BKM berjalan baik.

4.1.2 Visi, Misi dan Struktur lingkungan I-A Glugur Kota

4.1.2.1 Visi lingkungan I-A Glugur Kota

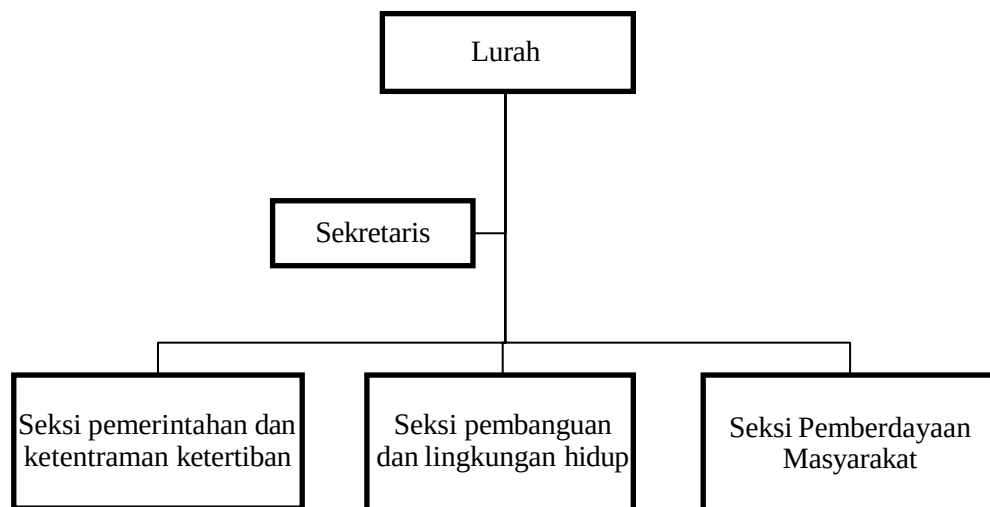
Menjadi kota medan yang bersih dan maju.

4.1.2.2 Misi Lingkungan I-A Glugur Kota

1. Medan Bersih: Mewujudkan Kota Medan sebagai kota yang bersih, tidak membuang sampah sembarangan.

2. Medan Maju: Memajukan masyarakat Kota Medan melalui revitalisasi pelayanan pendidikan dan kesehatan yang modern dan terjangkau oleh semua.

4.1.2.3 Struktur Organisasi Lingkungan I-A Glugur Kota



Gambar 4.1
Struktur Organisasi Lingkungan I-A Glugur Kota

Uraian Tugas dan Tanggung Jawab

Berdasarkan struktur organisasi lingkungan I-A Glugur Kota, maka untuk melaksanakan kegiatan operasionalnya masing-masing komponen mempunyai tugas dan tanggung jawab.

1. Lurah

Melaksanakan kewenangan pemerintahan yang dilimpahkan oleh camat sesuai karakteristik wilayah dan kebutuhan daerah serta melaksanakan tugas pemerintahan lainnya berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan.

2. Sekretaris

Tugas pokok mengoordinasikan, membina, mengatur dan mengendalikan penyusunan program. Pengelolaan urusan keuangan dan pengelolaan ketatausahaan, rumah tangga, perlengkapan serta administrasi kepegawaian.

3. Seksi pemerintahan dan ketentraman ketertiban

Menyusun rencana kerja kegiatan tahunan berdasarkan kegiatan tahunan seksi pemerintahan, Ketentraman dan Ketertiban sebelumnya dan data yang ada sebagai bahan untuk untuk melaksanakan kegiatan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

4. Seksi pembangunan dan lingkungan hidup

Menyusun rencana kerja Seksi Pembangunan dan Lingkungan Hidup berdasarkan rencana strategis dan rencana kerja Kelurahan.

5. Seksi pemberdayaan masyarakat

Menyusun rencana kerja kegiatan tahunan seksi kesejahteraan sosial dan pemberdayaan masyarakat berdasarkan kegiatan tahunan sebelumnya dan data yang ada sebagai bahan untuk melaksanakan yang sesuai dengan perundang-undangan yang berlaku.

4.2 Hasil Penelitian

4.2.1 Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas

4.2.1.1 Uji Validitas

Pengujian validitas pada penelitian ini diberikan kepada 30 responden pada masyarakat lingkungan I-A Glugur Kota. Menurut Priyatno (2018:21), pengujian

signifikansi dilakukan dengan kriteria menggunakan r_{tabel} pada tingkat signifikansi 0,05 dengan 2 uji sisi, yaitu:

1. Jika nilai $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$, maka item dinyatakan valid.
2. Jika nilai $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$, maka item dinyatakan tidak valid.

Uji signifikansi dilakukan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} untuk *degree of freedom* (df) = $n-2$, dimana n adalah jumlah sampel sebanyak 30 maka didapatkan nilai batas minimum korelasi adalah sebesar 0,361. Berikut ini merupakan hasil pengujian validitas untuk variabel Pengetahuan Kewirausahaan dapat dilihat pada Tabel 4.1 dibawah ini.

Tabel 4.1
Hasil Uji Validitas Pengetahuan Kewirausahaan (X1)

No	Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	Saya berkomitmen terhadap tugas yang diberikan	0,627	0,361	<i>Valid</i>
2	Tugas yang diberikan selesai pada waktunya	0,756	0,361	<i>Valid</i>
3	Saya bertanggung jawab terhadap tugas yang diberikan kepada saya	0,711	0,361	<i>Valid</i>
4	Bertanggung jawab atas apa yang dilakukan	0,683	0,361	<i>Valid</i>
5	Memiliki kemampuan dalam memimpin	0,792	0,361	<i>Valid</i>
6	Memberikan contoh yang baik sebagai pemimpin	0,804	0,361	<i>Valid</i>

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 25, 2023

Dari Tabel 4.1 diatas menunjukkan bahwa berdasarkan uji validitas untuk variabel Pengetahuan Kewirausahaan menunjukkan nilai r_{hitung} lebih besar dari nilai r_{tabel} 0,361 sehingga diperoleh semua pernyataan dalam kuesioner adalah valid.

Berikut ini hasil uji validitas untuk variabel Penggunaan Media Sosial dapat dilihat pada Tabel 4.2.

Tabel 4.2
Hasil Uji Validitas Penggunaan Media Sosial (X₂)

No	Pertanyaan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
1	Dengan ada media sosial memberikan kemudahan mempromosikan produk	0,698	0,361	<i>Valid</i>
2	Dengan ada media sosial memberikan kemudahan dalam proses transaksi jual beli	0,722	0,361	<i>Valid</i>
3	Kepercayaan dalam berwirausaha online sangat penting	0,666	0,361	<i>Valid</i>
4	Data yang diberikan harus terjaga dengan rapi	0,781	0,361	<i>Valid</i>
5	Informasi yang diberikan harus berkualitas	0,829	0,361	<i>Valid</i>
6	Informasi yang diberikan menggambarkan barang/ Jasa	0,724	0,361	<i>Valid</i>

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 25, 2023

Dari Tabel 4.2 diatas menunjukan bahwa berdasarkan uji validitas untuk variabel Penggunaan Media Sosial menunjukan nilai r_{hitung} lebih besar dari nilai r_{tabel} 0,361 sehingga diperoleh semua pernyataan dalam kuesioner adalah valid.

Berikut ini hasil uji validitas untuk variabel Minat Berwirausaha dapat dilihat pada Tabel 4.3.

Tabel 4.3
Hasil Uji Validitas Minat Berwirausaha

No	Pertanyaan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
1	Saya memiliki rasa percaya diri dalam berwirausaha	0,558	0,361	<i>Valid</i>
2	Saya percaya diri apabila usaha berjalan lancar	0,643	0,361	<i>Valid</i>
3	Saya berani mengambil resiko dalam berwirausaha	0,393	0,361	<i>Valid</i>
4	Saya mengambil resiko gagal dalam menjalankan usaha	0,374	0,361	<i>Valid</i>
5	Dengan berwirausaha maka kreatifitas dan inovatif saya mudah disalurkan	0,409	0,361	<i>Valid</i>
6	Dengan berwirausaha kreatif dan inovatif saya bertingkat	0,689	0,361	<i>Valid</i>
7	Saya memiliki disiplin dalam berwirausaha	0,676	0,361	<i>Valid</i>
8	Saya bekerja keras untuk menjadi wirausaha yang sukses merupakan hal yang saya impikan	0,443	0,361	<i>Valid</i>
9	Saya melihat peluang usaha dimasa depan	0,717	0,361	<i>Valid</i>
10	Saya membuat perencanaan usaha di mana depan	0,389	0,361	<i>Valid</i>
11	Saya merupakan orang yang memiliki rasa ingin tau yang tinggi	0,632	0,361	<i>Valid</i>

No	Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
12	Saya terus belajar agar menjadi wirausahaan yang sukses	0,566	0,361	Valid
13	Jujur adalah kunci dalam menjalankan usaha	0,569	0,361	Valid
14	Saya merupakan orang yang mandiri	0,624	0,361	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 25, 2023

Dari Tabel 4.3 diatas menunjukkan bahwa berdasarkan uji validitas untuk variabel Minat Berwirausaha menunjukkan nilai r_{hitung} lebih besar dari nilai r_{tabel} 0,361 sehingga diperoleh semua pernyataan dalam kuesioner adalah valid.

4.2.1.2 Uji Reliabilitas

Setelah melakukan pengujian validitas selanjutnya adalah melakukan pengujian reliabilitas yang bertujuan untuk mengetahui ukuran kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab. Jika nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$ maka reliabel kuesioner dapat dipercaya dan dapat digunakan. Hasil perhitungan variabel uji reliabilitas untuk setiap variabel dapat dilihat pada tabel dibawah.

1. Jika *Cronbach Alpha* $< 0,60$, maka reliabilitas kurang baik.
2. Jika *Cronbach Alpha* $0,60 - 0,79$, maka reliabilitas dapat diterima.
3. Jika *Cronbach Alpha* $\geq 0,80$, maka reliabilitas baik.

Hasil pengujian reliabilitas untuk variabel Pengetahuan Kewirausahaan (X_1) dapat dilihat pada Tabel 4.6 dibawah ini.

Tabel 4.4
Hasil Uji Reliabilitas Pengetahuan Kewirausahaan (X_1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.825	6

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 25, 2023

Berdasarkan tabel 4.4 diatas, dapat dinyatakan bahwa dari keenam item untuk variabel pengetahuan kewirausahaan (X_1) memiliki *Cronbach Alpha* sebesar 0,825 sehingga hasil uji reliabilitas tergolong baik.

Hasil pengujian reliabilitas untuk variabel Penggunaan Media Sosial (X_2) dapat dilihat pada Tabel 4.5 dibawah ini.

Tabel 4.5
Hasil Uji Reliabilitas Penggunaan Media Sosial (X_2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.834	6

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 25, 2023

Berdasarkan tabel 4.5 diatas, dapat dinyatakan bahwa dari keenam item untuk variabel Penggunaan Media Sosial (X_2) memiliki *Cronbach Alpha* sebesar 0,834 sehingga hasil uji reliabilitas tergolong baik.

Hasil pengujian reliabilitas untuk variabel Minat Berwirausaha (Y) dapat dilihat pada Tabel 4.6 dibawah ini.

Tabel 4.6
Hasil Uji Reliabilitas Minat Berwirausaha (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.809	14

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 25, 2023

Berdasarkan tabel 4.6 diatas, dapat dinyatakan bahwa dari keempat belas item untuk variabel Minat Berwirausaha (Y) memiliki *Cronbach Alpha* sebesar 0,809 sehingga hasil uji reliabilitas tergolong baik.

4.2.2 Karakteristik Responden

Karakteristik responden merupakan penjelasan tentang bagian dari analisis/observasi yang diteliti mencakup ciri-ciri atau profil responden yang diperoleh dari hasil pengolahan kuesioner, misalnya jenis kelamin dan usia.

4.2.2.1 Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden dalam penelitian ini adalah berdasarkan jenis kelamin sebagai berikut.

Tabel 4.7
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Presentase
Pria	16	43%
Wanita	21	57%
Total	37	100%

Sumber: Hasil Pengolah Data SPSS 25, 2023

Dari tabel 4.7 terlihat responden pada masyarakat lingkungan I-A Glugur Kota yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 21 orang (57%) dan laki-laki sebanyak 16 orang (43%).

4.2.2.2 Berdasarkan Usia

Karakteristik responden dalam penelitian ini adalah berdasarkan usia sebagai berikut.

Tabel 4.8
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah Responden	Presentase
20 – 30 tahun	18	49%
31 – 40 tahun	13	35%
>41 tahun	6	16%
Total	37	100%

Sumber: Hasil Pengolahan, 2023

Tabel 4.8 terlihat responden masyarakat lingkungan I-A Glugur Kota yang berusia paling banyak adalah 20-30 tahun yaitu 18 orang (49%) dan yang paling sedikit ada usia >41 tahun yaitu 6 orang (16%).

4.2.3 Uji Asumsi Klasik

Dalam suatu penelitian kemungkinan akan muncul masalah dalam analisis regresi dalam mencocokkan model pengujian. Menurut Gunawan (2020:108) tujuan pengujian asumsi klasik ini adalah untuk memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang didapatkan memiliki ketepatan dalam estimasi, tidak bias dan konsisten. Uji asumsi klasik yang akan dibahas antara lain: uji normalitas residual, multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas.

4.2.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas residual digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki residual yang terdistribusi secara normal. Beberapa metode uji normalitas yaitu dengan melihat penyebaran data pada sumbu diagonal pada grafik Histogram dan *Normal Probability Plot of Regression* atau dengan uji *One Sample Kolmogorov Smirnow*. Berikut ini pembahasan dari pengujiannya sebagai berikut.

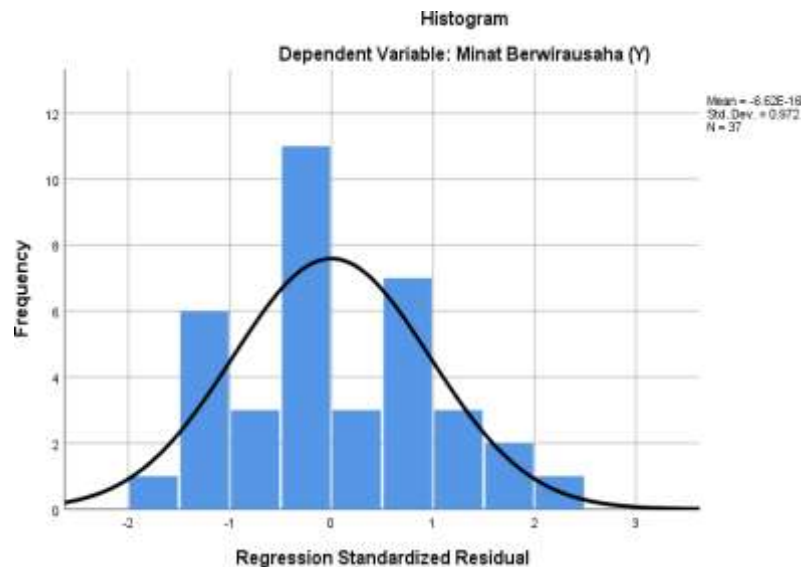
1. Analisis grafik.

Menurut Priyatno (2018:127), "uji normalitas residual dengan metode grafik yaitu dengan melihat penyebaran data pada sumbu diagonal pada grafik Histogram dan *Normal Probability Plot of Regression*."

a. Output Histogram

Output ini menjelaskan tentang grafik data dan untuk melihat distribusi data apakah normal atau tidak. Untuk pengukuran normalitas data jika bentuk grafik histogram mengikuti kurva normal yang membentuk

gunung atau lonceng, data akan berdistribusi normal. Hasil pengujian normalitas grafik histogram dapat dilihat pada gambar 4.2 berikut ini



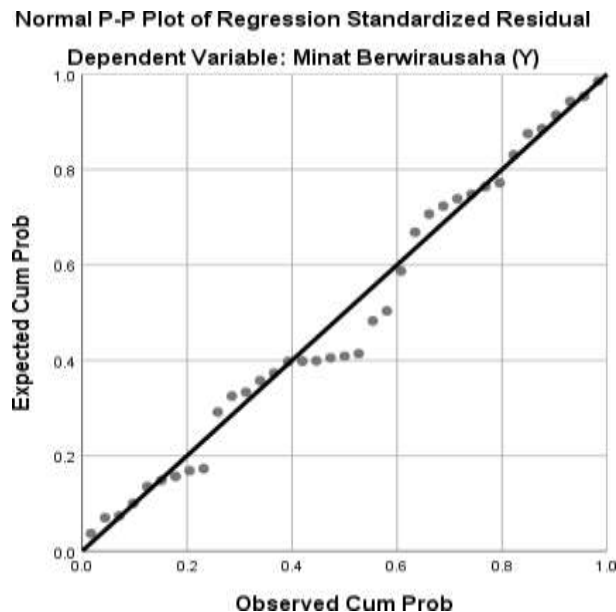
Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 25, 2023

Gambar 4.2
Grafik Histogram

Dari Gambar 4.2 di atas dapat dilihat bahwa data pada histogram menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, yang menunjukkan pola distribusi normal, maka regresi dianggap memenuhi asumsi normalitas.

b. *Output Normal Probability Plot of Regression*

Output Normal Probability Plot of Regression menjelaskan grafik data dalam melihat distribusi data normal atau tidak dengan pengukuran jika bentuk grafik *Normal Probability Plot of Regression* mengikuti garis diagonal normal maka data akan dianggap berdistribusi normal. Hasil pengujian analisis normal P-P plot dapat dilihat pada gambar 4.3 di bawah ini :



Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 25, 2023

Gambar 4.3
Grafik Normal P-P Plot

Pada Gambar 4.3 di atas dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Hal ini menunjukkan bahwa data berdistribusi normal dan memenuhi asumsi pengujian normalitas.

Hasil uji One Kolmogorov Smirnov dapat di lihat pada Tabel 4.9. di bawah ini:

Tabel 4.9
One-Sample Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		37
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.33936078
Most Extreme Differences	Absolute	.129
	Positive	.129
	Negative	-.063
Kolmogorov-Smirnov Z		.129
Asymp. Sig. (2-tailed)		.123 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 25, 2023

Pada Tabel 4.9 di atas, diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,123 dimana lebih besar dari 0,05 (Sig F > 5%), sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang diuji berdistribusi normal.

4.2.3.2 Uji Multikolinieritas

Menurut Priyatno (2018:134), “Multikolinieritas adalah keadaan pada model regresi ditemukan adanya korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna antara variabel independen, dimana model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna di antara variabel bebas.” Metode uji multikolinieritas yang umum digunakan, yaitu dengan melihat nilai Tolerance dan Inflation Factor (VIF) pada model regresi, dimana nilai VIF kurang dari 10 dan mempunyai angka Tolerance lebih dari 0.10.

Hasil untuk pengujian multikolinieritas dapat di lihat pada Tabel 4.10 sebagai berikut:

Tabel 4.10
Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Variabel	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Pengetahuan Kewirausahaan (X1)	1.000	1.000
Penggunaan Media Sosial (X2)	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha (Y)

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 25, 2023

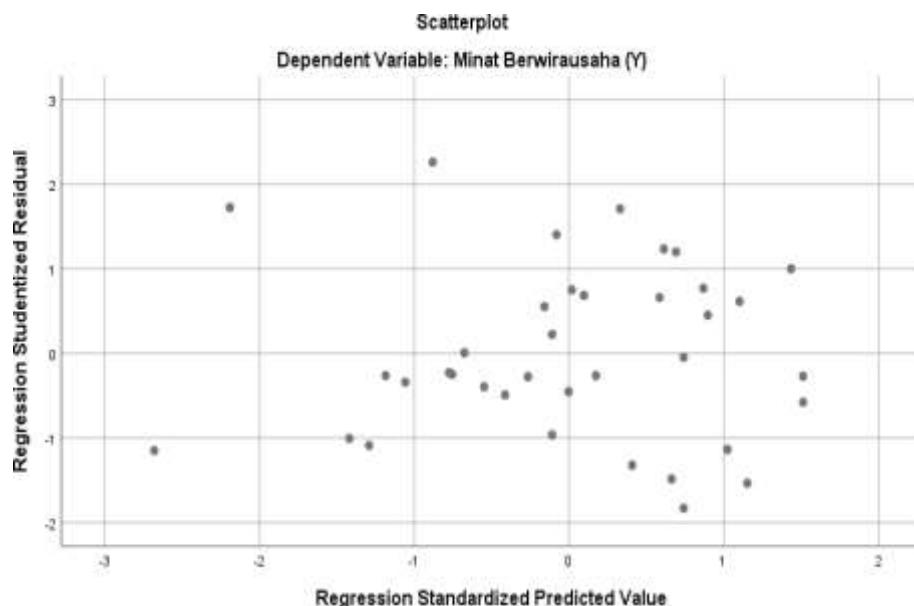
Pada Tabel 4.10 di atas, dapat dilihat bahwa nilai korelasi untuk variabel Pengetahuan Kewirausahaan dan Penggunaan Media Sosial mempunyai nilai tolerance (1.000) > 0,10 dan nilai VIF (1,000) < 10 sehingga dapat disimpulkan

bahwa variabel Pengetahuan Kewirausahaan dan Penggunaan Media Sosial tidak terdapat adanya gejala multikolinieritas.

4.2.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Priyatno (2018:136), “Heteroskedastisitas adalah keadaan dimana dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual pada satu pengamatan ke pengamatan lainnya dimana model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.” Metode dengan melihat pola titik-titik pada *Scatterplots* regresi adalah dengan cara melihat titik-titik pola pada grafik menyebar secara acak dan tidak membentuk pola pada grafik maka dinyatakan telah tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

Hasil pengujian menggunakan metode grafik *scatterplot* dapat dilihat pada Gambar 4.4 di bawah ini.



Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 25, 2023

Gambar 4.4
Grafik *Scatterplots*

Pada Gambar 4.4 di atas, dapat dilihat bahwa titik-titik grafik *Scatterplot* tidak membentuk pola yang jelas serta titik-titik tersebut menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

4.2.4 Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Priyatno (2018:107), “Analisis regresi linear berganda adalah analisis untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh yang signifikan secara parsial atau simultan antara dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen.” Tujuan digunakan analisis regresi berganda pada penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Masyarakat Lingkungan I-A Glugur Kota, yang dapat dihitung dengan bantuan perangkat lunak SPSS. selain itum dapat juga digunakan rumus:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

- Y = Minat Berwirausaha (*dependent variabel*)
- X₁ = Pengetahuan Kewirausahaan (*independent variabel*)
- X₂ = Penggunaan Media Sosial (*independent variabel*)
- a = Konstanta
- b₁, b₂ = Koefisien regresi
- e = Persentase kesalahan (5%)

Hasil analisis regresi linear berganda dapat dilihat pada Tabel 4.11 di bawah ini:

Tabel 4.11
Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Variabel	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	33.414	7.441
Pengetahuan Kewirausahaan (X1)	0.461	0.187
Penggunaan Media Sosial (X2)	0.636	0.209

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha (Y)

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 25, 2023

Dari uji regresi linear berganda pada Tabel 4.11 di atas, diperoleh persamaan regresinya adalah :

$$\text{Minat berwirausaha} = 33,414 + 0,461 \text{ Pengetahuan Kewirausahaan} + 0,636 \text{ Penggunaan Media Sosial} + e$$

Berdasarkan Tabel 4.11 hasil pengujian parsial di atas, maka dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Konstanta (α) 33,414 menunjukkan nilai konstanta, jika nilai variabel bebas (X_1) yaitu Pengetahuan Kewirausahaan dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha bernilai 0 (nol) , maka Minat Berwirausaha adalah sebesar 33,414.
2. Koefisien regresi (β) variabel Pengetahuan Kewirausahaan (X_1) 0,416 menunjukkan bahwa variabel Pengetahuan Kewirausahaan (X_1) berpengaruh positif terhadap Minat Berwirausaha sebesar 0,416. Artinya setiap peningkatan Pengetahuan Kewirausahaan (X_1) sebesar 1 satuan, maka Minat Berwirausaha akan meningkat sebesar 41,6%.
3. Koefisien (β) variabel Penggunaan Media Sosial (X_2) 0,636 menunjukkan bahwa berpengaruh positif terhadap Minat Berwirausaha sebesar 0,636.

Artinya setiap peningkatan Penggunaan Media Sosial (X_2) sebesar 1 satuan, maka Minat Berwirausaha akan meningkat sebesar 63,6%.

4.2.5 Uji Hipotesis

4.2.5.1 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Menurut Priyatno (2018:121), “uji t atau uji koefisien regresi secara parsial digunakan untuk mengetahui apakah secara parsial variabel independen berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel dependen.” Dalam hal ini, untuk mengetahui apakah secara parsial variabel independen berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel dependen. Pengujiannya menggunakan tingkat signifikansi 0,05 dan di uji 2 sisi, dengan ketentuan:

$H_0: b_1, b_2 = 0$: Artinya Pengetahuan Kewirausahaan; Penggunaan Media Sosial secara parsial tidak berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha Masyarakat Lingkungan I-A Glugur Kota.

$H_a: b_1, b_2 \neq 0$: Artinya Pengetahuan Kewirausahaan; Penggunaan Media Sosial secara parsial berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha Masyarakat Lingkungan I-A Glugur Kota.

Dalam penelitian ini, nilai t_{hitung} akan dibandingkan dengan nilai t_{tabel} , pada tingkat signifikan (α) = 5%. Kriteria penilaian hipotesis pada uji t ini adalah:

1. Jika: $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima, dan H_a ditolak
2. Jika: $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Untuk menentukan nilai t_{tabel} , maka diperlukan adanya derajat bebas dengan rumus:

$$df = n - k = 37 - 2 = 35$$

keterangan:

df = Derajat Kebebasan (degree of freedom)

n = Jumlah Sampel Penelitian

k = Jumlah Variabel Bebas dan Terikat

Tabel 4.12
Uji t (Uji Parsial)

Coefficients^a

Variabel	t	Sig.
(Constant)	4.491	0.000
Pengetahuan Kewirausahaan (X1)	2.466	0.019
Penggunaan Media Sosial (X2)	3.050	0.004

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha (Y)
sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 25, 2023

Berdasarkan Tabel 4.12 hasil pengujian parsial di atas, maka dapat di lihat beberapa hal di bawah ini di antaranya adalah bahwa:

1. Variabel Pengetahuan Kewirausahaan (X_1) terlihat bahwa nilai t_{hitung} (2.466) $> t_{tabel}$ (2.026) dan nilai signifikansi yaitu $0.019 < 0.05$. Hasil pengujian menunjukan bahwa H_1 diterima, yang artinya variabel Pengetahuan Kewirausahaan berpengaruh dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha Masyarakat Lingkungan I-A Glugur Kota.
2. Variabel Penggunaan Media Sosial (X_2) terlihat bahwa nilai t_{hitung} (3.050) $> t_{tabel}$ (2.026) dan nilai signifikansi yaitu $0.004 < 0.05$. Hasil pengujian menunjukan bahwa H_2 diterima, yang artinya variabel Penggunaan Media Sosial berpengaruh dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha Masyarakat Lingkungan I-A Glugur Kota.

4.2.5.2 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Menurut Priyatno (2018:119), “uji F atau uji koefisien regresi digunakan untuk mengetahui variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.” Pengujian menggunakan tingkat signifikansi 0,05. Bentuk pengujiannya adalah:

Ho: $b_1, b_2 = 0$: Artinya Pengetahuan Kewirausahaan; Penggunaan Media Sosial secara simultan tidak berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha Masyarakat Lingkungan I-A Glugur Kota.

Ha: $b_1, b_2 \neq 0$: Artinya Pengetahuan Kewirausahaan; Penggunaan Media Sosial secara simultan berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha Masyarakat Lingkungan I-A Glugur Kota.

Kriteria penilaian hipotesis pada uji F adalah :

1. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka Ho ditolak, dan Ha diterima
2. Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, maka Ho diterima, dan Ha ditolak

Untuk menentukan nilai F_{tabel} , maka diperlukan adanya derajat bebas dengan rumus:

$$df \text{ (pembilang)} = k-1 = 3-1 = 2$$

$$df \text{ (penyebut)} = n - k = 37 - 3 = 34$$

keterangan:

n = Jumlah Sampel Penelitian

k = Jumlah Variabel Bebas dan Terikat

Dengan diketahui df (pembilang) adalah 2 dan df (penyebut) adalah 34, maka dapat diperoleh F_{tabel} sebesar 3,252. Sedangkan nilai F_{hitung} akan diperoleh

dengan menggunakan program SPSS, kemudian akan dibandingkan dengan nilai F_{tabel} pada tingkat $\alpha = 5\%$. Hasil uji F_{hitung} dapat dilihat pada tabel 4.13 di bawah ini:

Tabel 4.13
Uji f (Uji Simultan)

ANOVA ^a			
Model	df	F	Sig.
Regression	2	7.698	0.002 ^b
Residual	34		
Total	36		

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha (Y)

b. Predictors: (Constant), Penggunaan Media Sosial (X2), Pengetahuan Kewirausahaan (X1)

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 25, 2023

Pada Tabel 4.13 diatas dapat dilihat bahwa nilai $f_{\text{hitung}} (7.698) > f_{\text{tabel}} (3.252)$ dengan signifikansi $0.002 < 0.05$. Hasil pengujian menunjukan bahwa H_3 diterima, yang artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara Pengetahuan Kewirausahaan dan Penggunaan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha Masyarakat Lingkungan I-A Glugur Kota.

Dari hasil pengujian secara parsial maupun simultan, maka rangkuman atas hasil uji tersebut dapat dilihat pada Tabel 4.14 dibawah ini:

Tabel 4.14
Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis		Kriteria	Hasil	Keputusan
H ₁ :	Terdapat pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha Masyarakat Lingkungan I-A Glugur Kota.	- Jika $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$, maka Ho diterima, dan Ha ditolak - Jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$, maka Ho ditolak, dan Ha diterima	2.466 > 2.026 dan 0.019 < 0.05.	Diterima
H ₂ :	Terdapat pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha Masyarakat	- Jika $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$, maka Ho diterima, dan Ha ditolak	3.050 > 2.026 dan 0.004 < 0.05.	Diterima

Hipotesis		Kriteria	Hasil	Keputusan
	Lingkungan I-A Glugur Kota	- Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak, dan H_a diterima		
H_3 :	Terdapat pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Penggunaan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha Masyarakat Lingkungan I-A Glugur Kota	-Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak, dan H_a diterima - Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, maka H_0 diterima, dan H_a ditolak	7.698 > 3.252 dan $0.002 < 0.05$.	Diterima

Sumber : Hasil Olah Data, 2023

4.2.5.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghazali (2016:95), “Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen.” Nilai koefisien determinasi adalah antar nol sampai satu ($0 < R^2 < 1$). Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Hasil pengujian determinasi dapat dilihat pada Tabel 4.15 di bawah ini

Tabel 4.15
Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b			
Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	0.558 ^a	0.312	0.271

a. Predictors: (Constant), Penggunaan Media Sosial (X2), Pengetahuan Kewirausahaan (X1)

b. Dependent Variable: Minat Berwirausaha (Y)

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 25, 2023

Berdasarkan Tabel 4.15 hasil pengujian koefisien determinan di atas, dapat dilihat Nilai R Square (R^2) atau koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0.312

atau 31.2% artinya variabel Minat Berwirausaha dapat dijelaskan oleh variabel Pengetahuan Kewirausahaan dan Penggunaan Media Sosial sebesar 31.2% sedangkan sisanya 68.8% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang berasal dari luar model penelitian ini seperti memiliki usaha keluarga, lingkungan sekitar, keberanian dan dukungan keluarga.

4.3 Pembahasan

4.3.1 Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha

Hipotesis pertama (H_1) yang menyatakan bahwa diduga Pengetahuan Kewirausahaan berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha Masyarakat Lingkungan I-A Glugur Kota. Berdasarkan hasil perhitungan uji secara parsial (uji t) variabel Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha diperoleh hasil bahwa Pengetahuan Kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha masyarakat Lingkungan I-A Glugur Kota. Hal ini diperoleh dari hasil uji t dimana $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2.466 > 2.026$ dengan signifikan sebesar $0.019 < 0.05$, sehingga dinyatakan hipotesis pertama (H_1) dari penelitian ini diterima.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Murniati et al., (2019) dan Rachmawati & Subroto (2022), dimana membuktikan bahwa secara parsial dan simultan Pengetahuan Kewirausahaan berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha.

4.3.2 Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha

Hipotesis kedua (H_2) yang menyatakan bahwa diduga Penggunaan Media Sosial berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha Masyarakat Lingkungan I-A Glugur Kota. Berdasarkan hasil perhitungan uji secara parsial (uji t) variabel Penggunaan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha diperoleh hasil bahwa Penggunaan Media Sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha masyarakat Lingkungan I-A Glugur Kota. Hal ini diperoleh dari hasil uji t dimana $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $3.050 > 2.026$ dengan signifikan sebesar $0.004 < 0.05$, sehingga dinyatakan hipotesis kedua (H_2) dari penelitian ini diterima.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Tangkeallo & Tangdialla (2021) dan Susilawaty (2022) dimana membuktikan secara parsial dan simultan Penggunaan Media Sosial berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha.

4.3.3 Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Penggunaan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha

Hipotesis ketiga (H_3) yang menyatakan bahwa diduga Pengetahuan Kewirausahaan dan Penggunaan Media Sosial berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha Masyarakat Lingkungan I-A Glugur Kota. Berdasarkan hasil perhitungan uji secara simultan (uji f) variabel Pengetahuan Kewirausahaan dan Penggunaan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha diperoleh hasil bahwa Pengetahuan Kewirausahaan dan Penggunaan Media Sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha masyarakat Lingkungan I-A Glugur

Kota. Hal ini diperoleh dari hasil uji f dimana $f_{hitung} > f_{tabel}$ yaitu $7.698 > 3.252$ dengan signifikan sebesar $0.002 < 0.05$, sehingga dinyatakan hipotesis ketiga (H_3) dari penelitian ini diterima.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Listiawati et al.(2020) dan Tangkeallo & Tangdialla (2021) dimana membuktikan secara parsial dan simultan Pengetahuan Kewirausahaan dan Penggunaan Media Sosial berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha.

Nilai R Square (R^2) atau koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0.312 atau 31.2% artinya variabel Minat Berwirausaha dapat dijelaskan oleh variabel Pengetahuan Kewirausahaan dan Penggunaan Media Sosial sebesar 31.2% sedangkan sisanya 68.8% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang berasal dari luar model penelitian ini seperti memiliki usaha keluarga, lingkungan sekitar, keberanian dan dukungan keluarga.

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI MANAJERIAL, DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya maka kesimpulan dalam penelitian ini adalah:

1. Hasil penelitian ini menyatakan pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan (X_1) dan Penggunaan Media Sosial (X_2) terhadap Minat Berwirausaha (Y) yang ditunjukkan dari hasil analisis regresi linear berganda memberikan arti bahwa setiap peningkatan aspek pada variabel Pengetahuan Kewirausahaan dan Penggunaan Media Sosial, maka Minat Berwirausaha juga akan meningkat.
2. Pengetahuan Kewirausahaan secara parsial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha Masyarakat Lingkungan I-A Glugur Kota.
3. Penggunaan Media Sosial secara parsial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha Masyarakat Lingkungan I-A Glugur Kota.
4. Pengetahuan Kewirausahaan dan Penggunaan Media Sosial secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha Masyarakat Lingkungan I-A Glugur Kota.
5. Keputusan Berwirausaha dapat dijelaskan oleh dua variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu Pengetahuan Kewirausahaan dan

Penggunaan Media Sosial dapat menjelaskan keterkaitan dengan Minat Berwirausaha pada Masyarakat Lingkungan I-A Glugur Kota.

5.2 Implikasi Manajerial

Implikasi Manajerial yang dapat diuraikan dalam pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Penggunaan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha dapat dikemukakan sebagai berikut:

1. Masyarakat Lingkungan I-A Glugur Kota perlu memperhatikan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha:
 - a. Pengetahuan Kewirausahaan perlu diperhatikan karena untuk meningkatkan minat berwirausaha masyarakat harus mengetahui cara menjadi seorang pemimpin dan bertanggung jawab terhadap konsumen.
 - b. Pengetahuan kewirausahaan berpengaruh terhadap minat berwirausaha karena pengetahuan kewirausahaan memberikan arahan menjadi seorang wirausaha yang bertanggung jawab, mandiri dan tidak bergantung pada orang lain dalam menjalankan usahanya.
2. Masyarakat Lingkungan I-A Glugur Kota perlu mempertahankan Penggunaan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha:
 - a. Dengan adanya media sosial memberikan kemudahan dalam mempromosikan produk dan jasa sehingga masyarakat yang berminat berwirausaha tidak harus memiliki modal yang besar untuk promosi usaha.

- b. Media sosial memberikan kemudahan mengakses informasi tentang produk dan jasa yang dijual serta bisa memberikan review terhadap produk atau jasa yang dijual, dengan adanya review memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk membeli produk kita serta bisa menjadi reseller produk.

5.3 Saran Akademis

1. Bagi civitas akademis, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan sehubungan dengan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi variabel independent (Pengetahuan Kewirausahaan dan Penggunaan Media Sosial) dan dependent (Minat Berwirausaha) dan sebagai bahan referensi bagi peneliti lainnya yang mempunyai keinginan untuk melakukan penganalisaan lebih mendalam.
2. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat menambah jumlah data penelitian dan variabel independent untuk objek penelitian pada lingkungan I-A Glugur Kota.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M. A. (2017). Model Pengambilan Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah Di Stie Eka Prasetya Medan. *Sumber*, 5(2017), 292.
- Akbar, M. A., & Situmorang, I. R. (2021). Pengaruh perceived value terhadap loyalitas dengan variabel kepuasan konsumen sebagai variabel moderasi pada umkm di sumatera utara. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), 203-211.
- Chandra, J. (2021). Pengaruh Faktor Lokasi, Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di CV. Creative Centre. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(2), 199-214.
- Gultom, P. (2020). Pengaruh Ekuitas Merek, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Quality Fried Chicken Jalan Ismaliyah Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 44-53.
- Gultom, P. P. (2020). Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan dan Pengawasan Manajemen terhadap Perkembangan Perusahaan PT Ekuator Swarna Sekuritas Cabang Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(2), 46-58.
- Gultom, P., & Karnadi, J. (2019). PENGARUH E-COMMERCE DAN TRANSPORTASI ONLINE TERHADAP HARGA JUAL PRODUK CV. SURYA SAKTI ENGINEERING. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 5(1), 13-23.
- Gultom, P., Fenny, F., Januarty, W., Leonardi, N., & Sianturi, R. A. (2023). PELATIHAN PEMASARAN BERBASIS E-COMMERCE PADA PRODUK KAIN ECOPRINT HASIL IMPLEMENTASI P5 DI PERGURUAN SMA WR SUPRATMAN 1 MEDAN. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat METHABDI*, 3(2), 191-194.
- Gultom, P., Manik, D. E. M., Nainggolan, E., Gea, S. K., & Hoki, F. (2023). WORKSHOP SENI MERANGKAI BUNGA SEBAGAI PELUANG USAHA KREATIF BAGI IBU-IBU JEMAAT GKPI KHUSUS TELADAN. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat METHABDI*, 3(1), 89-93.
- Gustina, I. (2019). PENGARUH PERSONAL SELLING DAN WORD OF MOUTH TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN MAHASISWA MEMILIH KULIAH DI STIE EKA PRASETYA. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 5(1), 60-67.
- Handayani, T. M., & Moktar, B. (2023). Analysis of the Effect of Segmentation and Targeting on Sales. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 9(1), 10-19.
- Lazuardi, D., Gustina, I., & Rinaldi, M. (2022). Relationship of Location, Price, and Promotion to Interest in Buying Gordyn at Soni Interior House. *Enrichment: Journal of Management*, 12(5), 3795-3800.

- Loo, P., Hastalona, D., Yakub, S., & Firmansyah, E. (2022). Analysis Of Factors Affecting The Rate Of Equity Returning Affecting Credit Distribution In Commercial Banks (Persero) In 2017-2020. *Jurnal Ekonomi*, 11(03), 11-22.
- Manik, D. E. M., & Erveni, E. (2020). Pengaruh Price Discount Dan In-Store Display Terhadap Impulse Buying Pada Labello Store Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 34-43
- Manik, D. E. M., Gultom, P., & Sebayang, Y. B. (2022). The effect of facilities and trust on customer satisfaction in the use of digital facilities at pt. bank central asia tbk khu asia branch. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 2465-2468.
- Muammar Rinaldi, C. PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN WORD OF MOUTH TERHADAP CUSTOMER SATISFICTION PADA PRODUK WALLPAPER (UD. ELEGANCE INTERIOR).
- Moktar, B. (2021). The Effect of Discounts, Brands, and Marketing Strategies on Customer Loyalty of Daihatsu Oil PT. Nusantara Autopart Persada. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(2), 91-104.
- Moktar, B. (2023). The Influence of Advertising on Social Media, Price and Taste on Sales Volume. *Jurnal Akutansi Manajemen Ekonomi Kewirausahaan (JAMEK)*, 3(3), 88-93.
- Nainggolan, E. (2020). Analisis Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi Terhadap Tingkat Kemiskinan Di Provinsi Sumatera Utara (2010-2019). *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(2), 89-99.
- Nainggolan, E. (2020). PENGARUH PERSONAL SELLING DAN DIRECT MARKETING YANG EFEKTIF UNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PAKAIAN ANAK PADA TOKO REZEKI WIJAYA. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 12-21.
- Nainggolan, E. (2022). Influence of Inventory and Product Quality on Sales Volume at PT. Bilah Baja Makmur Abadi. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 8(1), 66-76.
- Nainggolan, E., Rinaldi, M., & Dalimunthe, M. B. (2022). Analysis Of The Effect Of Personal Sales And Product Quality On Consumer Purchase Decisions. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 2431-2435.
- Nasution, E. S., & Rinaldi, M. (2021). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Sepeda Motor Pada PT. Alfa Scorpii Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya (Eka Prasetya Journal of Management Studies)*, 7 (1), 66-78.
- Rezeki, S., & Rinaldi, M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan OVO (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Eka Prasetya). *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(2), 9-20.

- Rezeki, S., Manik, D. E. M., & Gustina, I. (2021). Pengaruh Diferensiasi Produk Dan Saluran Distribusi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Cv. Makmur Auto Sejahtera Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(1), 79-90.
- Rezeki, S. (2021). Figurative language and messages in poems about COVID-19. *KnE Social Sciences*, 601-611.
- Rezeki, S., Rinaldi, M., Gustina, I., & Lodian, A. (2022). The Influence Of Consumer Behavior and Prices On Consumer Decisions to Buy Products At PT. Daikin Airconditioning Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya*, 8(1), 284-295.
- Rinaldi, M., & Rahmadana, M. F. (2020). Determinant analysis of household income inequality and poverty in Indonesia. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 9(2), 1414-1420.
- Rinaldi, M., Irawan, D., & Nasution, A. R. (2022). Comparison Of Human Development Index Before And During The Covid-19 Pandemic. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 2404-2408.
- Selamat, S., & Indahwati, R. Analysis Of Marketing Strategies In Increasing Competitiveness In Skinos Medan Beauty Clinic.
- Siatama, A., Sinaga, H. D. E., & Akbar, M. A. (2023). Pengaruh Harga, Promosi Dan Marketplace Terhadap Keputusan Pembelian Pt Calispo Multi Utama Medan. *JOURNAL OF SCIENCE AND SOCIAL RESEARCH*, 6(2), 381-387.
- Simarmata, A. M., Panggabean, F. Y., Pane, Y., & Nainggolan, E. (2021). ANALISIS PERILAKU MINAT WISATAWAN BERKUNJUNG KEMBALI KE PULAU SAMOSIR. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), 190-202.
- Sinaga, H. D. E. (2021). Analisis Karakteristik Konsumen dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Handmade Hoslygoods. *JOURNAL OF SCIENCE AND SOCIAL RESEARCH*, 4(1), 80-86.
- Sinaga, H. D. E., Irawati, N., & Kurniawan, E. (2019). Financial Technology: Pinjaman Online, Ya atau Tidak. *Jurnal Tunas*, 1(1), 14-19.
- Situmorang, I. R. (2022). Effect of Service Quality and Relational Marketing on Consumer Purchasing Decisions at PT. Garuda Teladan Biscuid Binjai North Sumatra. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 8(2), 229-242.
- Situmorang, I. R. (2023). The Influence of Consumer Motivation, Consumer Perceptions and Attitudes Towards Product Purchase Decisions at PT. Unikitz Bersatu Group Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 9(1), 1-9.
- Sutejo, B., Lazuardi, D., Lubis, R., Rahmadani, R., & Aziz, D. A. (2022). The Role Of E-Commerce In Increasing Msme Income In The Covid-19 Pandemic (Survey On Msme In Medan City). *Journal of Economics, Finance And Management Studies*, 5(08), 2174-2181.
- Tirtayasa, S., Yusri, M., & Rinaldi, M. (2022). Business Strategies of MSMEs During COVID-19, Deli Serdang, Indonesia. *KnE Social Sciences*, 434-441.

- Pane, Y., Simarmata, A. M., Rezeki, S., Rinaldi, M., & Panggabean, F. Y. (2021). Analisis Pendapatan Asli Daerah Dan Dana Perimbangan Terhadap Belanja Modal Pada Pemerintah Kabupaten/Kota Di Sumatera Utara. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), 212-225.
- Nainggolan, E. (2020). Analisis Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi Terhadap Tingkat Kemiskinan Di Provinsi Sumatera Utara (2010-2019). *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(2), 89-99.
- Nainggolan, E. (2020). PENGARUH PERSONAL SELLING DAN DIRECT MARKETING YANG EFEKTIF UNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PAKAIAN ANAK PADA TOKO REZEKI WIJAYA. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 12-21.
- Nainggolan, E. (2022). Influence of Inventory and Product Quality on Sales Volume at PT. Bilah Baja Makmur Abadi. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 8(1), 66-76.
- Nainggolan, E., Rinaldi, M., & Dalimunthe, M. B. (2022). Analysis Of The Effect Of Personal Sales And Product Quality On Consumer Purchase Decisions. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 2431-2435.
- Nasution, E. S., & Rinaldi, M. (2021). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Sepeda Motor Pada PT. Alfa Scorpii Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya (Eka Prasetya Journal of Management Studies*, 7 (1), 66-78.
- Rezeki, S., & Rinaldi, M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan OVO (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Eka Prasetya). *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(2), 9-20.
- Rezeki, S., Manik, D. E. M., & Gustina, I. (2021). Pengaruh Diferensiasi Produk Dan Saluran Distribusi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Cv. Makmur Auto Sejahtera Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(1), 79-90.
- Rezeki, S. (2021). Figurative language and messages in poems about COVID-19. *KnE Social Sciences*, 601-611.
- Rezeki, S., Rinaldi, M., Gustina, I., & Lodian, A. (2022). The Influence Of Consumer Behavior and Prices On Consumer Decisions to Buy Products At PT. Daikin Airconditioning Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya*, 8(1), 284-295.
- Rinaldi, M., & Rahmadana, M. F. (2020). Determinant analysis of household income inequality and poverty in Indonesia. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 9(2), 1414-1420.
- Rinaldi, M., Irawan, D., & Nasution, A. R. (2022). Comparison Of Human Development Index Before And During The Covid-19 Pandemic. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 2404-2408.
- Selamat, S., & Indahwati, R. Analysis Of Marketing Strategies In Increasing Competitiveness In Skinso Medan Beauty Clinic.

- Siatama, A., Sinaga, H. D. E., & Akbar, M. A. (2023). Pengaruh Harga, Promosi Dan Marketplace Terhadap Keputusan Pembelian Pt Calispo Multi Utama Medan. *JOURNAL OF SCIENCE AND SOCIAL RESEARCH*, 6(2), 381-387.
- Simarmata, A. M., Panggabean, F. Y., Pane, Y., & Nainggolan, E. (2021). ANALISIS PERILAKU MINAT WISATAWAN BERKUNJUNG KEMBALI KE PULAU SAMOSIR. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), 190-202.
- Sinaga, H. D. E. (2021). Analisis Karakteristik Konsumen dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Handmade Hoslygoods. *JOURNAL OF SCIENCE AND SOCIAL RESEARCH*, 4(1), 80-86.
- Sinaga, H. D. E., Irawati, N., & Kurniawan, E. (2019). Financial Technology: Pinjaman Online, Ya atau Tidak. *Jurnal Tunas*, 1(1), 14-19.
- Situmorang, I. R. (2022). Effect of Service Quality and Relational Marketing on Consumer Purchasing Decisions at PT. Garuda Teladan Biscuid Binjai North Sumatra. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 8(2), 229-242.
- Situmorang, I. R. (2023). The Influence of Consumer Motivation, Consumer Perceptions and Attitudes Towards Product Purchase Decisions at PT. Unikitz Bersatu Group Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 9(1), 1-9.
- Sutejo, B., Lazuardi, D., Lubis, R., Rahmadani, R., & Aziz, D. A. (2022). The Role Of E-Commerce In Increasing Msme Income In The Covid-19 Pandemic (Survey On Msme In Medan City). *Journal of Economics, Finance And Management Studies*, 5(08), 2174-2181.
- Tirtayasa, S., Yusri, M., & Rinaldi, M. (2022). Business Strategies of MSMEs During COVID-19, Deli Serdang, Indonesia. *KnE Social Sciences*, 434-441.
- Pane, Y., Simarmata, A. M., Rezeki, S., Rinaldi, M., & Panggabean, F. Y. (2021). Analisis Pendapatan Asli Daerah Dan Dana Perimbangan Terhadap Belanja Modal Pada Pemerintah Kabupaten/Kota Di Sumatera Utara. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), 212-225.

Lampiran 1: Kuesioner

PENGARUH PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN DAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MASYARAKAT LINGKUNGAN I-A GLUGUR KOTA

Identitas Responden

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : Pria ☐ Wanita ☐
3. Umur : tahun
4. Jenis Pekerjaan : Karyawan ☐ Pengusaha ☐
5. Pendidikan :

Petunjuk dalam pengisian kuesioner

Dalam menjawab pernyataan ini, Bapak/ Ibu, Saudara/ i hanya memilih salah satu jawaban yang paling benar dan yang diinginkan dengan memberikan tanda silang (X) pada salah satu jawaban tersebut.

Keterangan:

- | | | |
|-----|-----------------------|----------|
| SS | : Sangat setuju | = Skor 5 |
| S | : Setuju | = Skor 4 |
| RR | : Ragu | = Skor 3 |
| TS | : Tidak setuju | = Skor 2 |
| STS | : Sangat tidak setuju | = Skor 1 |

Variabel X₁ (Pengetahuan Kewirausahaan)

No	Pertanyaan	SS	S	RR	TS	STS
		5	4	3	2	1
Komitmen tinggi terhadap tugas						
1	Saya berkomitmen tinggi terhadap tugas yang diberikan kepada saya					
2	Tugas yang diberikan kepada saya akan saya selesai tepat waktunya					
Bertanggung jawab						
3	Saya memberikan jaminan atas kenyamanan pelanggan dalam bertransaksi					
4	Saya bertanggung jawab apabila ada ketidakpuasan pelanggan terhadap usaha saya					
Kemampuan untuk memimpin						
5	Memiliki kemampuan dalam mempengaruhi orang lain untuk melaksana perintah saya					
6	Saya mampu menjalankan usaha sendiri tanpa bergantung pada orang lain					

Variabel X₂ (Penggunaan Media Sosial)

No	Pertanyaan	SS	S	RR	TS	STS
		5	4	3	2	1
Kemudahan						
1	Dengan ada media sosial memberikan kemudahan mempromosikan produk					
2	Dengan ada media sosial memberikan kemudahan dalam proses transaksi jual beli					
Kepercayaan						
3	Kepercayaan dalam berwirausaha online sangat penting					
4	Data pelanggan yang diberikan harus terjaga dengan rapi					
Kualitas Informasi						
5	Dengan media sosial memberikan kemudahan dalam mengakses informasi tentang produk/ jasa					
6	Adanya media sosial informasi yang didapatkan tidak hanya dalam bentuk tulisan tetapi juga gambar produk					

Variabel Y (Minat Berwirausaha)

No	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
		5	4	3	2	1
Memiliki rasa percaya diri						
1	Saya memiliki rasa percaya diri dalam menciptakan produk baru					
2	Saya percaya bahwa kedepannya usaha yang saya jalankan akan lancar					
Dapat mengambil resiko						
3	Saya berani mengambil resiko dalam berwirausaha					
4	Apabila usaha yang saya jalankan mengalami kerugian saya akan tetap mempertahankan					
Kreatif dan inovatif						
5	Dengan minat berwirausaha saya mampu mengembangkan ide-ide baru					
6	Saya dapat menciptakan produk-produk baru dalam berwirausaha					
Displin dan kerja keras						
7	Saya buka dan tutup usaha pada jam yang sama					
8	Saya bekerja keras untuk menjadi wirausaha yang sukses					
Berorientasi ke masa depan						
9	Saya melihat peluang usaha dimasa depan					
10	Saya membuat perencanaan usaha di mana depan					
Memiliki rasa ingin tau						
11	Saya memiliki rasa ingin tau yang tinggi dalam menjalankan usaha sehingga usaha saya terus berkembang					
12	Saya terus belajar agar menjadi wirausahaan yang sukses					
Jujur dan mandiri						
13	Dalam menjalankan usaha saya mengutamakan jujur					
14	Usaha yang saya jalankan tidak bergantung pada orang lain					

Lampiran 2: Tabulasi Data Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas

No	Pengetahuan Kewirausahaan						Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	
1	5	5	5	5	5	5	30
2	4	4	4	4	4	4	24
3	5	4	5	5	5	5	29
4	4	4	5	5	4	4	26
5	5	4	4	4	5	5	27
6	5	5	5	5	5	5	30
7	5	5	5	5	5	5	30
8	5	5	5	5	4	5	29
9	5	5	5	4	4	4	27
10	5	4	4	4	4	4	25
11	5	5	5	5	5	5	30
12	5	5	5	4	4	4	27
13	4	4	5	5	4	4	26
14	5	4	4	5	4	5	27
15	4	4	4	4	5	5	26
16	5	5	5	5	5	5	30
17	5	5	5	5	5	5	30
18	5	5	4	4	4	4	26
19	5	5	5	5	5	5	30
20	5	5	5	5	5	5	30
21	5	5	5	5	5	5	30
22	5	5	5	5	5	5	30
23	5	5	5	5	5	5	30
24	5	5	5	5	5	5	30
25	5	5	5	5	5	5	30
26	5	5	5	4	5	5	29
27	5	4	5	5	4	4	27
28	5	5	5	5	5	5	30
29	5	5	5	5	5	5	30
30	5	5	5	5	5	5	30

No	Penggunaan Media Sosial						Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	
1	5	5	4	5	5	5	29
2	5	5	5	5	5	5	30
3	5	5	5	5	5	5	30
4	5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	5	30
6	5	5	5	5	5	5	30
7	5	5	5	5	5	5	30
8	5	5	5	5	5	5	30
9	5	4	4	5	5	5	28
10	5	5	5	5	5	5	30
11	5	5	4	4	4	4	26
12	4	4	4	4	4	4	24
13	4	5	5	5	5	5	29
14	5	5	4	4	5	5	28
15	5	5	5	4	4	5	28
16	5	5	5	4	4	4	27
17	4	5	5	4	4	4	26
18	5	4	4	5	5	4	27
19	5	5	5	5	5	5	30
20	5	5	5	5	5	5	30
21	5	4	4	4	5	5	27
22	5	5	5	5	5	5	30
23	4	4	4	5	4	5	26
24	4	4	5	4	4	5	26
25	5	5	5	5	5	5	30
26	5	5	5	5	5	5	30
27	5	5	5	5	5	5	30
28	4	4	4	4	4	4	24
29	5	5	5	5	5	5	30
30	5	5	5	5	5	5	30

No	Minat Berwirausaha														Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	
1	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	68
2	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	53
3	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	67
4	4	4	3	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	60
5	5	5	4	2	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	62
6	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	65
7	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	63
8	5	3	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	61
9	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	69
10	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	68
11	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	66
12	5	3	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	67
13	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	68
14	5	2	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	64
15	5	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	58
16	5	3	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	58
17	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	59
18	5	2	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	62
19	5	1	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	59
20	5	2	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	63
21	5	2	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	59
22	5	2	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	61
23	4	2	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	60
24	5	2	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	63
25	5	2	5	4	4	4	3	5	4	5	4	3	4	4	56
26	5	1	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	60
27	5	1	5	4	5	3	4	4	4	4	4	4	5	5	57
28	5	1	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	59
29	4	1	4	5	5	4	4	4	4	4	3	3	2	3	50
30	4	2	4	4	4	4	4	4	3	5	4	5	4	4	55

Lampiran 3:
Hasil Analisis Data Validitas Dan Reliabilitas Pengetahuan Kewirausahaan (X₁)

Correlations

		P1	P2	P3	P4	P5	P6	Total
P1	Pearson Correlation	1	.599**	.294	.207	.347	.429*	.627**
	Sig. (2-tailed)		.000	.115	.272	.061	.018	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P2	Pearson Correlation	.599**	1	.582**	.263	.463**	.428*	.756**
	Sig. (2-tailed)	.000		.001	.160	.010	.018	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P3	Pearson Correlation	.294	.582**	1	.641**	.354	.264	.711**
	Sig. (2-tailed)	.115	.001		.000	.055	.159	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P4	Pearson Correlation	.207	.263	.641**	1	.373*	.489**	.683**
	Sig. (2-tailed)	.272	.160	.000		.042	.006	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P5	Pearson Correlation	.347	.463**	.354	.373*	1	.853**	.792**
	Sig. (2-tailed)	.061	.010	.055	.042		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P6	Pearson Correlation	.429*	.428*	.264	.489**	.853**	1	.804**
	Sig. (2-tailed)	.018	.018	.159	.006	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	.627**	.756**	.711**	.683**	.792**	.804**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.825	6

Lampiran 4:
Hasil Analisis Data Validitas Dan Reliabilitas Penggunaan Media Sosial (X₂)

Correlations

		P1	P2	P3	P4	P5	P6	Total
P1	Pearson Correlation	1	.512**	.218	.400*	.641**	.375*	.698**
	Sig. (2-tailed)		.004	.247	.028	.000	.041	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P2	Pearson Correlation	.512**	1	.671**	.327	.380*	.315	.722**
	Sig. (2-tailed)	.004		.000	.078	.038	.090	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P3	Pearson Correlation	.218	.671**	1	.365*	.263	.400*	.666**
	Sig. (2-tailed)	.247	.000		.047	.160	.028	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P4	Pearson Correlation	.400*	.327	.365*	1	.757**	.582**	.781**
	Sig. (2-tailed)	.028	.078	.047		.000	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P5	Pearson Correlation	.641**	.380*	.263	.757**	1	.641**	.829**
	Sig. (2-tailed)	.000	.038	.160	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P6	Pearson Correlation	.375*	.315	.400*	.582**	.641**	1	.742**
	Sig. (2-tailed)	.041	.090	.028	.001	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	.698**	.722**	.666**	.781**	.829**	.742**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.834	6

Lampiran 5:
Hasil Analisis Data Validitas Dan Reliabilitas Minat berwirausaha (Y)

		Correlations															
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	Total	
P1	Pearson Correlation	1	.190	.620**	.075	.301	.211	.183	.367*	.592**	.167	.415*	.054	.373*	.178	.558**	
	Sig. (2-tailed)		.316	.000	.694	.108	.264	.333	.046	.001	.379	.022	.776	.043	.347	.001	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
P2	Pearson Correlation	.190	1	.109	.009	.835	.674**	.288	.199	.207	.233	.083	.370*	.391*	.488**	.643**	
	Sig. (2-tailed)	.316		.568	.963	.000	.023	.292	.272	.215	.063	.044	.033	.006	.000		
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
P3	Pearson Correlation	.620**	.109	1	.217	.207	-.112	.303	.041	.331	.124	.294	-.034	.185	.037	.393*	
	Sig. (2-tailed)	.000	.568		.250	.272	.556	.104	.828	.074	.514	.114	.860	.328	.847	.032	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
P4	Pearson Correlation	.075	.009	.217	1	.594**	.343	.387*	.007	.399*	-.050	.172	-.030	-.186	.095	.374*	
	Sig. (2-tailed)	.694	.963	.250		.001	.064	.035	.972	.029	.793	.364	.876	.325	.818	.042	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
P5	Pearson Correlation	.301	.835	.207	.594**	1	.410*	.228	.339	.356	-.134	.056	-.101	.000	.182	.409*	
	Sig. (2-tailed)	.106	.000	.372	.001		.024	.225	.067	.053	.481	.771	.594	1.000	.335	.025	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
P6	Pearson Correlation	.211	.674**	-.112	.343	.410*	1	.396*	.434*	.428*	.120	.150	.313	.269	.386*	.686**	
	Sig. (2-tailed)	.264	.000	.556	.064	.024		.030	.016	.018	.526	.429	.092	.150	.035	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
P7	Pearson Correlation	.183	.288	.303	.387*	.228	.396*	1	.139	.488**	.305	.528**	.472**	.227	.340	.676**	
	Sig. (2-tailed)	.333	.123	.104	.035	.225	.030		.465	.006	.101	.003	.008	.227	.066	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
P8	Pearson Correlation	.367*	.199	.041	.007	.339	.434*	.139	1	.475**	.000	.182	-.007	.299	.174	.443*	
	Sig. (2-tailed)	.046	.292	.828	.972	.067	.016	.465		.008	1.000	.335	.970	.109	.357	.014	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
P9	Pearson Correlation	.592**	.207	.331	.399*	.356	.428*	.488**	.475**	1	.178	.527**	.241	.309	.316	.717**	
	Sig. (2-tailed)	.001	.272	.074	.029	.053	.018	.006	.008		.347	.003	.200	.097	.089	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
P10	Pearson Correlation	.167	.233	.124	-.050	-.134	.120	.305	.002	.178	1	.475**	.379*	.050	.237	.389*	
	Sig. (2-tailed)	.379	.215	.514	.793	.481	.526	.101	1.000	.347		.008	.039	.794	.207	.034	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
P11	Pearson Correlation	.415*	.083	.294	.172	.056	.150	.528**	.182	.527**	.475**	1	.585**	.442*	.268	.632**	
	Sig. (2-tailed)	.022	.863	.114	.364	.771	.429	.003	.335	.003	.008		.001	.014	.153	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
P12	Pearson Correlation	.054	.370*	-.034	-.030	-.101	.313	.472**	-.007	.241	.379*	.585**	1	.444*	.476**	.566**	
	Sig. (2-tailed)	.776	.044	.860	.876	.594	.092	.004	.970	.200	.039	.001		.014	.008	.001	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
P13	Pearson Correlation	.373*	.391*	.185	-.186	.000	.269	.227	.299	.309	.050	.442*	.444*	1	.442*	.569**	
	Sig. (2-tailed)	.043	.033	.328	.325	1.000	.150	.227	.109	.097	.794	.014	.014		.014	.001	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
P14	Pearson Correlation	.178	.488**	.037	.095	.182	.386*	.340	.174	.316	.237	.268	.476**	.442*	1	.624**	
	Sig. (2-tailed)	.347	.006	.847	.618	.335	.035	.066	.357	.089	.207	.153	.008	.014		.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
Total	Pearson Correlation	.558**	.643**	.393*	.374*	.409*	.689**	.676**	.441*	.717**	.389*	.632**	.586**	.569**	.624**	1	
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.032	.042	.025	.000	.000	.014	.000	.034	.000	.001	.001	.000		
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.809	14

Lampiran 6: Tabulasi Angket Responden

No	Pengetahuan Kewirausahaan						Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	
1	5	5	5	5	5	5	30
2	4	3	4	3	4	3	21
3	5	4	4	4	4	3	24
4	4	4	4	3	4	4	23
5	4	4	5	5	4	5	27
6	5	4	4	4	4	5	26
7	5	4	5	5	5	5	29
8	4	5	5	5	5	5	29
9	5	4	4	5	5	5	28
10	4	5	5	5	5	5	29
11	5	5	5	5	4	4	28
12	5	5	4	4	4	4	26
13	5	4	4	4	4	4	25
14	5	5	5	5	5	5	30
15	5	5	5	4	4	4	27
16	4	4	5	5	4	4	26
17	5	4	4	4	4	4	25
18	5	5	5	5	5	5	30
19	4	4	4	4	4	5	25
20	5	4	5	5	5	5	29
21	5	4	4	5	5	5	28
22	4	4	3	4	3	4	22
23	5	5	5	5	5	5	30
24	4	4	4	4	3	4	23
25	5	5	5	5	5	5	30
26	5	5	4	4	5	5	28
27	4	3	4	4	3	4	22
28	5	5	5	4	4	5	28
29	5	5	4	5	5	5	29
30	5	4	4	4	4	4	25
31	5	5	5	4	4	5	28
32	5	5	5	5	5	5	30
33	3	4	4	4	3	3	21
34	4	2	3	3	4	4	20
35	4	4	3	4	3	4	22
36	5	5	5	5	5	5	30
37	5	5	4	5	4	5	28

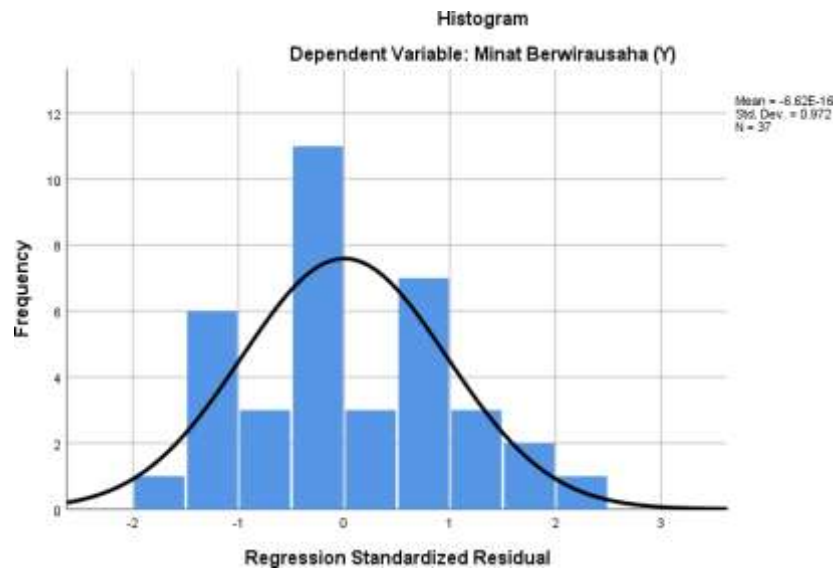
No	Penggunaan Media Sosial						Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	
1	5	5	4	5	5	5	29
2	3	4	4	3	4	3	21
3	5	4	5	5	4	5	28
4	5	5	5	4	5	5	29
5	5	5	5	5	5	5	30
6	5	5	5	5	5	5	30
7	5	4	4	4	4	4	25
8	5	5	5	5	5	5	30
9	4	4	5	5	5	5	28
10	5	5	5	5	5	5	30
11	4	5	5	5	5	5	29
12	5	4	5	5	4	5	28
13	5	5	5	5	5	5	30
14	5	4	4	4	4	3	24
15	4	4	4	4	3	4	23
16	4	5	5	5	5	5	29
17	5	5	4	4	4	5	27
18	5	4	4	4	5	5	27
19	5	5	5	4	5	5	29
20	5	5	4	4	5	4	27
21	4	5	5	4	4	4	26
22	5	4	5	4	4	4	26
23	4	5	4	5	5	5	28
24	4	4	4	4	4	4	24
25	4	4	3	4	3	5	23
26	4	4	4	4	4	5	25
27	5	4	5	4	5	4	27
28	4	4	4	4	4	5	25
29	4	4	4	3	4	3	22
30	4	4	4	3	4	4	23
31	4	4	4	3	4	4	23
32	4	4	4	3	3	4	22
33	5	5	5	5	4	5	29
34	5	5	4	4	4	5	27
35	4	4	3	4	4	3	22
36	4	4	5	4	4	5	26
37	5	5	5	4	5	4	28

No	Minat Berwirausaha														Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	
1	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	69
2	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	53
3	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	67
4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	61
5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	67
6	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	66
7	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	65
8	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	65
9	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	58
10	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	64
11	3	3	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	61
12	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	69
13	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	68
14	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	65
15	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	68
16	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	68
17	5	2	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	64
18	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	67
19	5	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	59
20	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	59
21	5	3	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	62
22	4	3	4	5	5	5	4	5	5	4	3	4	5	3	59
23	5	2	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	60
24	4	2	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	56
25	5	2	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	3	61
26	4	2	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	59
27	4	2	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	60
28	5	2	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	63
29	4	2	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	60
30	5	2	5	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	56
31	5	2	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	61
32	4	2	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	60
33	5	1	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	60
34	4	2	5	4	4	5	4	3	5	4	4	5	5	5	59
35	5	1	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	63
36	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	66
37	5	2	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	64

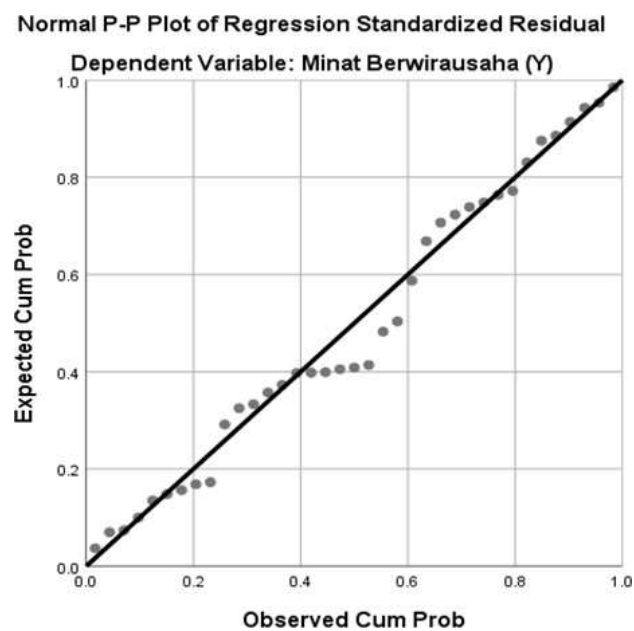
Lampiran 7: Uji Asumsi Klasik

a. Uji normalitas

- Histogram



- Normal P-P Plot



- **Kolmogorov-Smirnov**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		37
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.33936078
Most Extreme Differences	Absolute	.129
	Positive	.129
	Negative	-.063
Kolmogorov-Smirnov Z		.129
Asymp. Sig. (2-tailed)		.123 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

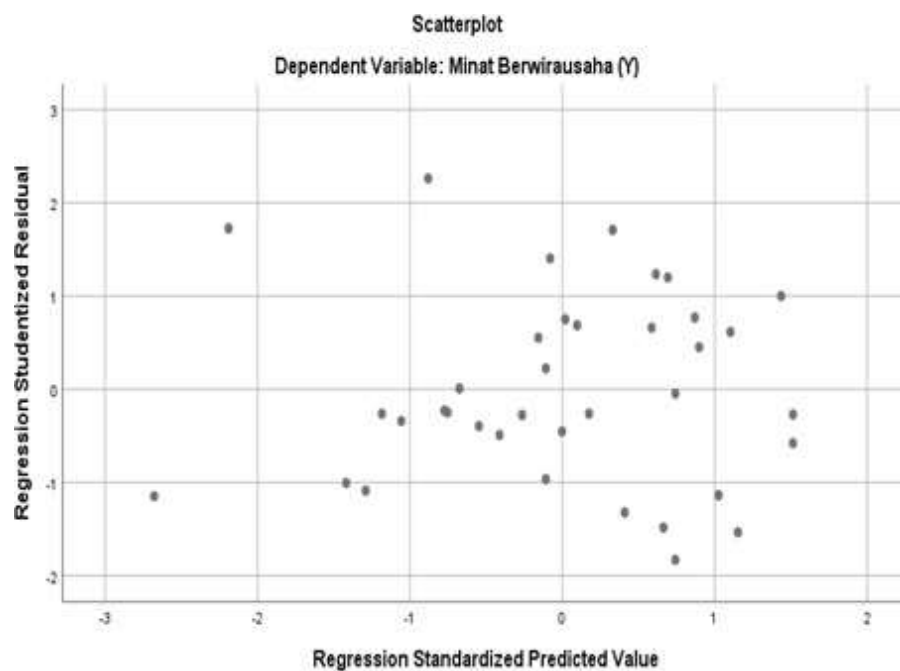
b. Uji multikolinerlitas

Coefficients^a

Variabel	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Pengetahuan Kewirausahaan (X1)	1.000	1.000
Penggunaan Media Sosial (X2)	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha (Y)

c. Uji Heteroskedastisitas



Lampiran 8:
Uji Regresi Linear Berganda, Uji Hipotesis Dan Uji Koefisien Determinasi

a. Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Variabel	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	33.414	7.441
Pengetahuan Kewirausahaan (X1)	0.461	0.187
Penggunaan Media Sosial (X2)	0.636	0.209

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha (Y)

b. Uji Hipotesis

• **Uji t (Uji Parsial)**

Coefficients^a

Variabel	t	Sig.
(Constant)	4.491	0.000
Pengetahuan Kewirausahaan (X1)	2.466	0.019
Penggunaan Media Sosial (X2)	3.050	0.004

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha (Y)

• **Uji f (Uji Simultan)**

ANOVA^a

Model	df	F	Sig.
Regression	2	7.698	0.002 ^b
Residual	34		
Total	36		

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha (Y)

b. Predictors: (Constant), Penggunaan Media Sosial (X2), Pengetahuan Kewirausahaan (X1)

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	.558 ^a	.312	.271

a. Predictors: (Constant), Penggunaan Media Sosial (X2), Pengetahuan Kewirausahaan (X1)

b. Dependent Variable: Minat Berwirausaha (Y)



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI **EKA PRASETYA**

Jl. Merapi No. 08 Medan – 20212
Telp. (061) 4571198 (Hunting) Fax. (061) 4151391
Website : www.eka-prasetya.ac.id E-mail : [ssso@eka-prasetya.ac.id](mailto:sso@eka-prasetya.ac.id)

Medan, 12 Oktober 2022

Nomor : 5765/R/STIE-EP/X/2022

Lamp. : ---

Hal : "Observasi"

Kepada Yth.
Bapak/Ibu Pimpinan Masyarakat Lingkungan I-A Glugur Kota

Di-

Tempat

Dengan hormat,

Bersama ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu Pimpinan untuk menerima kunjungan seorang Mahasiswa/i kami :

Nama	: Novriyanti
NIM	: 191010051
Semester	: VII
Program Studi	: Manajemen (SI)
Judul Tugas Akhir	: Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha masyarakat lingkungan I-A Glugur Kota

Untuk mengadakan peninjauan ke Masyarakat lingkungan I-A Glugur Kota yang Bapak/Ibu pimpin, dalam rangka melakukan observasi untuk bahan penulisan Tugas Akhir Mahasiswa/i tersebut.

Hasil peninjauan berupa data yang dikumpulkannya tetap akan bersifat rahasia dan tidak dipublikasi untuk umum. Kami juga mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu untuk membalas surat kami ini yang menyatakan bahwa mahasiswa tersebut di atas benar telah melakukan observasi dimaksud.

Atas kesediaan dan bantuan Bapak/Ibu Pimpinan menerima Mahasiswa/i kami serta memberi data yang diperlukan, kami ucapkan terima kasih. Semoga hubungan kerja sama ini dapat berlanjut untuk hari-hari yang akan datang, dan mudah-mudahan perusahaan yang Bapak/Ibu pimpin sukses di masa yang akan datang.

Hormat kami,
Ketua STIE Eka Prasetya

Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si



KEPALA LINGKUNGAN – I
Jl. KL. Yos Sudarso Lingkungan I-A
Kelurahan Glugur Kota Kecamatan Medan Barat
Telp. 0821-6786-1428

SURAT IZIN PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Saiful Nasution
Alamat : Jl. KL. Yos Sudarso Lingkungan I-A
Jabatan : Kepala Lingkungan (Kepling) Glugur Kota

Menerangkan dengan sebenarnya bahwa:

Nama : Novriyanti
Nim : 191010051
Jurusan : S-1 Manajemen

Adalah mahasiswa dari sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya yang benar-benar telah melakukan penelitian di Jl. KL. Yos Sudarso Lingkungan I-A dengan judul **"PENGARUH PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN DAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MASYARAKAT LINGKUNGAN I-A GLUGUR KOTA"**

Dengan demikian surat pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Medan, 21 Oktober 2022

Hormat saya



Saiful Nasution



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI EKA PRASETYA

KARTU BUKTI PESERTA SEMINAR PROPOSAL

NAMA : NOVRIANTI
NIM : 193010051
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN

NO	HARI/TANGGAL SEMINAR	PENYAJI SEMINAR	NIM	Tanda Tangan Pimp. Seminar
1	Rabu 1 February 2023	Cinka Aurelia sadikin JUDUL PROPOSAL : Pengaruh Fasilitas E-Filing & E-SPT terhadap kepatuhan wajib pajak pada KPP Pratama Medan Timur	193010051	
2	Rabu 1 February 2023	Kelly JUDUL PROPOSAL : Pengaruh Sistem Pengendalian Internal dan Sistem Informasi Akuntansi terhadap kualitas laporan keuangan pada PT. Mega Power Electrindo	193010015	
3	Kamis 2 February 2023	Tara JUDUL PROPOSAL : Pengaruh sistem perpajakan dan tarif pajak pada penerimaan pajak pada KPP Pratama Medan Timur	193010005	
4	Kamis 2 February 2023	Agnes Patricia JUDUL PROPOSAL : Pengaruh kualitas pelayanan dan sistem administrasi perpajakan modern terhadap motivasi pembayaran pajak pada KPP Pratama Medan Belawan	193010004	
5	Kamis 2 February 2023	Febril Andiani JUDUL PROPOSAL : Pengaruh sistem pengendalian internal dan kesesuaian kompensasi terhadap kecurangan akuntansi pada PT Surya Mas Putra	193010039	
		JUDUL PROPOSAL :		
		JUDUL PROPOSAL :		
		JUDUL PROPOSAL :		

Mahasiswa dapat menyelenggarakan seminar proposal bila telah memenuhi syarat mengikuti/ menjadi peserta seminar proposal mahasiswa yang lain **MINIMAL 5 KALI**

Medan, 20
Ketua STIE Eka Prasetya

Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.



STIE EKA PRASETYA MEDAN
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

1



Nama Mahasiswa : NOVRIYANTI

NIM : 191010051

Kelas : 1A.7 (Kewirausahaan A)

Konsentrasi : Kewirausahaan, Pemasaran umum yang tidak sesuai

HP/WA : 0822-6847-8546 Email: novriyanti314@gmail.com

Alamat Tinggal: Jl. Yos Sudarso Cg. Lorong 1 No. 3B

Nama Dosen Pembimbing 1:

Eisabek Nainipuan, S.Pd., M.Sc.

Nama Dosen Pembimbing 2:

Muhammad Rendi, S.Pd., M.S.

No	Tanggal	Uraian Slogkat Bimbingan	Paraf Dosen Pembimbing
1	23/4/2022	socialisasi penelitian mengenai judul skripsi	
2	3/10/2022	Bimbingan tentang indikator untuk variabel	
3	7/10/2022	pengisian dan ACC judul skripsi	
4	14/10/2022	Bimbingan tentang data lokasi penelitian	
5	2/2-2023	Tanya Jawab proposal	
6	3/2-2023	ACC Seminar proposal	
7	3/3-2023	Revisi kuesioner	
8	17/3-2023	ACC kuesioner	
9	11/4-2023	Bimbingan Bab IV dan Bab V	
10	2/4-2023	Bimbingan Bab IV dan bab V	
11	12/4-2023	Bimbingan running data	
12	1	Bimbingan Bab IV dan V	
13	24/4-2023	Bimbingan Bab IV dan V	
14	28/4-2023	Tanya jawab skripsi & ACC Sidang	
15			
16			
17			

REVISI SIDANG

No	Tanggal	Uraian Revisi Sidang / Bimbingan perbaikan Revisi	Ttd Dosen Penguji
1	3/3-2023	ACC revisi sidang Seminar proposal indikator	
2			
3			
4			

Diketahui oleh,
Wakil Ketua 1 Bidang Akademik

Hommy Darthy Ellyany Sinaga, S.T., M.M



STIE EKA PRASETYA MEDAN
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI
2



Nama Mahasiswa : Alvetya Nur

NIM : 191010051

Kelas : 19.7

Konsentrasi : Kewirausahaan, Pemasaran & Jasa yang tidak sesuai

HP/WA : 0822-4047-8046 Email : Alvetya1910@gmail.com

Alamat Tinggal : Jl. Yos Sudarso kg. Krong 1 AB-30

Nama Dosen Pembimbing 1:

Endang Alingulan, S.Pd, M.Pd

Nama Dosen Pembimbing 2:

Muhammad Rindi, S.Pd, M.Pd

No	Tanggal	Uraian Singkat Bimbingan	Paraf Dosen Pembimbing
1	12/1/2022	Bimbingan tentang cara penulisan judul penelitian & latar belakang	
2	26/1/2022	Bimbingan tentang cara penulisan & penyusunan masalah penelitian	
3	10/2/2022	Bimbingan tentang BAB I	
4	30/1/2023	ACC BAB I, BAB II, BAB III	
5	10/2-2023	Bimbingan tentang revisi skripsi	
6	29/2-2023	ACC revisi skripsi	
7	2/3-2023	Bimbingan tentang BAB IV	
8	2/3-2023	Bimbingan tentang uji T dan uji F	
9	19/3-2023	Bimbingan tentang kesimpulan	
10	14/4-2023	Bimbingan Bab IV & Bab V	
11	17/4-2023	Bimbingan Bab IV, responden & validitas & reliabilitas	
12	26/4-2023	Bimbingan Bab IV	
13	2/5-2023	Tanya jawab dan ACC sidang	
14			
15			
16			
17			

REVISI SIDANG		Uraian Revisi Sidang / Bimbingan perbaikan Revisi	Ttd Dosen Penguji
No	Tanggal		
1	13/4-2023	ACC Draft skripsi, perbaikan indikator indikator	
2			
3			
4			

Diketahui oleh,
Wakil Ketua 1 Bidang Akademik

Humay Duthy Elyany Sinaga, S.T., M.M

Daftar Riwayat Hidup

Nama : Novriyanti

NIM/ Program Studi : 191010051/ Manajemen Kewirausahaan

Tempat / Tanggal Lahir : Sei Berombang, 06 November 2000

No Handphone : 082268478526

Agama : Buddha

Email : Novriyanti319@gmail.com

Perkerjaan : Admin

Nama Toko : Sentiasa

Latar belakang Pendidikan : 1. 2000 – 2013 SD NEGERI 117846
2. 2013 – 2016 SMP SWASTA
3. 2016 – 2019 SMA Ki Hajar Dewatoro
4. 2019 – Sekarang STIE Eka Prasetya

Alamat Orang Tua : Jl. KL. Yos Sudarso LK. I-A No.3B

Medan, 26 Juni 2023

Penulis



Novriyanti