

ABSTRAK

PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DAN MOTIVASI WIRAUSAHA TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA PADA MAHASISWA UNIVERSITAS LAMPUNG

Oleh

KARTIKA TRI ANANDA

Kewirausahaan dianggap sebagai mekanisme penting untuk meningkatkan perekonomian Indonesia melalui penciptaan lapangan pekerjaan khususnya wirausahawan muda, namun, minat berwirausaha di kalangan pemuda khususnya mahasiswa masih tergolong cukup rendah, sementara di era digital saat ini, media sosial telah menjadi salah satu platform penting yang mempengaruhi pola pikir dan perilaku generasi muda yang dapat menjadi faktor motivasi wirausaha dan termasuk dalam konteks kewirausahaan. Untuk itu penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan media sosial dan motivasi wirausaha terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Universitas Lampung. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, di mana data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarkan kepada 150 mahasiswa dari berbagai jurusan di Universitas Lampung. Data yang telah terkumpul selanjutnya dianalisis menggunakan *software* IBM SPSS versi 25 dan melakukan pengujian hipotesis dengan metode uji statistik t. Hasil dari penelitian ini mendukung hipotesis yang telah ditetapkan, yaitu penggunaan media sosial berpengaruh positif signifikan terhadap minat berwirausaha, serta motivasi wirausaha berpengaruh positif signifikan terhadap minat berwirausaha.

Kata kunci : Penggunaan media social, motivasi wirausaha, minat berwirausaha

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA USE AND ENTREPRENEURIAL MOTIVATION ON ENTREPRENEURSHIP INTEREST IN LAMPUNG UNIVERSITY STUDENTS

By

KARTIKA TRI ANANDA

Entrepreneurship is considered an important mechanism for improving the Indonesian economy through job creation, especially for young entrepreneurs, however, interest in entrepreneurship among young people, especially students, is still quite low, while in the current digital era, social media has become an important platform that influences the mindset and behavior of the younger generation which can be a factor in entrepreneurship motivation and is included in the context of entrepreneurship. For this reason, this research aims to analyze the influence of social media use and entrepreneurial motivation on interest in entrepreneurship among Lampung University students. The method used in this research is a quantitative approach, where data is collected through questionnaires distributed to 150 students from various departments at the University of Lampung. The data that has been collected is then analyzed using IBM SPSS version 25 software and testing the hypothesis using the t statistical test method. The results of this research support the hypothesis that has been established, namely that the use of social media has a significant positive effect on business resilience, and entrepreneurial motivation has a significant positive effect on interest in entrepreneurship.

Keywords: Use of social media, entrepreneurial motivation, entrepreneurship interest