

**PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL, EFIKASI DIRI
DAN KREATIVITAS TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA
PADA MAHASISWA KEWIRAUSAHAAN FAKULTAS
EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS
SUMATERA UTARA**

SKRIPSI

OLEH:

**FADILAH LAILI FRASTIWI
228320073**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2026**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 9/7/26

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

**PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL, EFIKASI DIRI
DAN KREATIVITAS TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA
PADA MAHASISWA KEWIRAUSAHAAN FAKULTAS
EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS
SUMATERA UTARA**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Medan Area

FADILAH LAILI FRASTIWI
228320073

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2026**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 9/7/26

Access From (repository.uma.ac.id) 9/7/26

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Penggunaan Media Sosial, Efikasi Diri dan Kreativitas Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Kewirausahaan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sumatera Utara

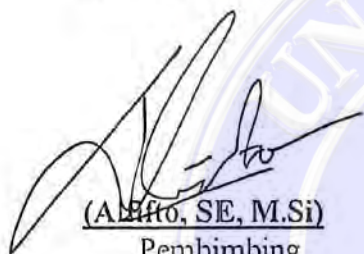
Nama : Fadilah Laili Frastiwi

NPM : 228320073

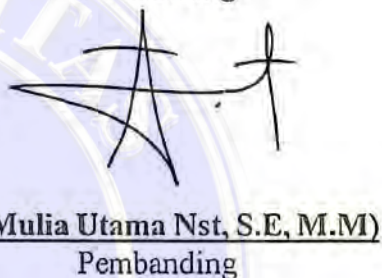
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis/Manajemen

Disetujui Oleh :

Komisi Pembimbing

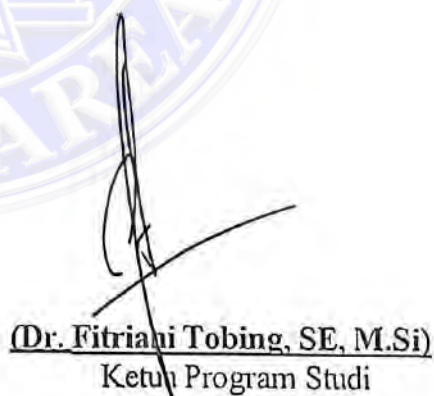

(Alifto, SE, M.Si)
Pembimbing

Pemanding


(Amrin Mulia Utama Nst, S.E, M.M)
Pemanding

Mengetahui :


(Prof. Dr. Syafrida Hafni Sahir, SE, M.Si)
Dekan


(Dr. Fitriani Tobing, SE, M.Si)
Ketua Program Studi

Tanggal Lulus: 11 Maret 2026

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Pengaruh Penggunaan Media Sosial, Efikasi Diri, dan Kreativitas Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Kewirausahaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara” yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila di kemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, 11 Maret 2026



Fadilah Laili Frastiwi

228320073

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI

Sebagai sivitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fadilah Laili Frastiwi
NPM : 228320073
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jenis karya : Tugas Akhir Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul Pengaruh Penggunaan Media Sosial, Efikasi Diri, dan Kreativitas Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Kewirausahaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara.

Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir/skripsi/tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di Medan

Pada tanggal : 11 Maret 2026

Yang menyatakan,



Fadilah Laili Frastiwi

RIWAYAT HIDUP



Nama	Fadilah Laili Frastiwi
NPM	228320073
Tempat, Tanggal Lahir	Lubuk Mandarsah, 21 September 2004
Nama Orang Tua :	
Ayah	Sarmin
Ibu	Rostina
Riwayat Pendidikan :	
SMP	SMP Negeri 10 Merlung
SMA/SMK	SMK Negeri 1 Tebo
Riwayat Studi Di UMA	1. Bendahara Umum BEM FEB UMA 2. Anggota Divisi UMKM pada Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (HIPMI) PT UMA 3. Anggota Divisi SOSIAL pada Ikatan Mahasiswa Islam FEB UMA
Pengalaman Kerja	Magang Mitra di BBPVP MEDAN
NO. HP/WA	082178959727
Email	lailiprastiwi5@gmail.com

ABSTRACT

Research aims to determine the effect of Social Media Use, Self-Efficacy, and Creativity on Entrepreneurial Interest among Entrepreneurship Students at the Faculty of Economics and Business, University of North Sumatra. The effect of Social Media Use, Self-Efficacy, and Creativity are three important factors that can influence Entrepreneurial Interest, especially in the context of Entrepreneurship Students. The research method used is a quantitative approach. Data was collected through the distribution of questionnaires. The population in this study consisted of entrepreneurship students at the Faculty of Economics and Business, University of North Sumatra, from the 2022 to 2025 cohorts, with a sample size of 122 respondents. This study used cluster sampling. The data were analyzed using the Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method with the help of SmartPLS 3.0 software. The analysis results show that the use of social media has a positive effect with an original sample value of 0.254 and is significant for entrepreneurial interest with a p-value of $0.003 < 0.05$ (α 5%). Self-efficacy has a positive effect with an original sample value of 0.491 and is significant for entrepreneurial interest with a p-value of $0.000 < 0.05$ (α 5%), and Creativity has a positive effect with an original sample value of 0.390 and is significant for entrepreneurial interest with a p-value of $0.001 < 0.05$ (α 5%). Therefore, it can be concluded that the use of social media, self-efficacy, and creativity individually have a positive and significant effect on entrepreneurial interest among entrepreneurship students at the Faculty of Economics and Business, University of North Sumatra.

Keywords : Social Media, Self Efficacy, Creativity, Interest in entrepreneurship.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Penggunaan Media Sosial, Efikasi Diri, dan Kreativitas Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Kewirausahaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara. Pengaruh Penggunaan Media Sosial, Efikasi Diri, dan Kreativitas merupakan tiga faktor penting yang dapat mempengaruhi Minat Berwirausaha, khususnya dalam konteks Mahasiswa Kewirausahaan. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner, Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa kewirausahaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara dari stambuk 2022 sampai dengan stambuk 2025 dengan jumlah sampel 122 responden. Penelitian ini menggunakan metode *cluster sampling*. Data dianalisis menggunakan metode *Partial Least Squares-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS 3.0. Hasil analisis menunjukkan bahwa Penggunaan Media Sosial berpengaruh positif dengan nilai *original sample* 0,254 dan signifikan terhadap minat berwirausaha dengan nilai *p value* $0,003 < 0,05$ (α 5%), Efikasi diri berpengaruh positif dengan nilai *original sample* 0,491 dan signifikan terhadap minat berwirausaha dengan nilai *p value* $0,000 < 0,05$ (α 5%), dan Kreativitas berpengaruh positif dengan nilai *original sample* 0,390 dan signifikan terhadap minat berwirausaha dengan nilai *p value* $0,001 < 0,05$ (α 5%). Sehingga dapat disimpulkan bahwa penggunaan media sosial, efikasi diri dan kreativitas secara persial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Kewirausahaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara.

Kata Kunci : Media Sosial, Efikasi diri, Kreativitas, Minat Berwirausaha.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah penulis ucapkan Puji dan syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala limpahan rahmat dan karunianya sehingga penulis masih bisa menyelesaikan penyusunan proposal ini. adapun judul pada skripsi ini adalah “Pengaruh Penggunaan Media Sosial, Efikasi Diri, dan Kreativitas Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Kewirausahaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara”.

Tujuan dari penulisan ini merupakan persyaratan untuk menempuh program sarjana manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area. Penulis menyadari hingga selesai skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan dukungan dari Orangtua tercinta **Bapak Sarmin** dan **Ibu Rostina** yang telah membesarkan, mendidik, memberikan dukungan serta doa kepada peneliti. Dengan keterbatasan yang penulis hadapi selama penyusunan skripsi ini, maka skripsi ini tidak terwujud tanpa bantuan dari pihak lain. Atas bantuan dan bimbingan yang diberikan maka dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih yang tulus ikhlas kepada:

1. Bapak Prof Dr. Dadan Ramdan, M. Eng, M.Sc selaku Rektor Universitas Medan Area.
2. Ibu Prof. Dr. Syafrida Hafni Sahir, SE, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.
3. Ibu Sari Nuzullina Rahmadhani, SE, M.Acc, Ak selaku Wakil Bidang Penjamin Mutu Pendidikan dan Pembelajaran Program Studi Manajemen Universitas Medan Area

4. Ibu Dr. Fitriani Tobing, SE, M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Medan Area
5. Bapak Alfifto, S.E, M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, saran, serta motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Ibu Hesti Sabrina, S.E, M.Si selaku Dosen Ketua yang telah memberikan saran serta dukungan dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Ibu Nindya Yunita ,S.Pd, M.Si selaku Dosen Seketaris yang telah memberikan saran serta dukungan dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Bapak Amrin Mulia Utama Nst, S.E, M.M selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan saran serta dukungan dalam penyelesaian skripsi ini.
9. Seluruh Dosen Pengajar dan Staff Universitas Medan Area.
10. Ruth Yolanda Samosir dan Risa Salsabillah yang telah membantu, memberikan dukungan dan mendengarkan keluh-kesah penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
11. Saya berterima kasih kepada penulis Skripsi ini yaitu diri saya sendiri, Fadilah Laili Frastiwi yang telah bertahan sejauh ini dan semoga selalu terus berjalan menghadapi rintangan kedepan yang tuhan berikan.

Penulis menyadari bahwa tugas skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan, oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini, penulis juga berharap tugas skripsi ini dapat memberikan manfaat untuk kalangan pendidikan maupun masyarakat.

Akhir kata saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Medan, 11 Maret 2026

Peneliti

Fadilah Laili Frastiwi
228320073



DAFTAR ISI

ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Pertanyaan Penelitian	12
1.4 Tujuan Penelitian.....	12
1.5 Manfaat Penelitian.....	13
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	 14
2.1 Minat Berwirausaha	14
2.1.1 Pengertian Minat Berwirausaha.....	14
2.1.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha...	15
2.1.3 Indikator Minat Berwirausaha	16
2.2 Media Sosial	16
2.2.1 Pengertian Media Sosial	16
2.2.2 Manfaat Penggunaan Media Sosial.....	17
2.2.3 Indikator Penggunaan Media Sosial	18
2.3 Efikasi Diri (<i>Self Efficacy</i>)	19
2.3.1 Pengertian Efikasi Diri (<i>Self Efficacy</i>).....	19
2.3.2 Dimensi Efikasi Diri (<i>Self Efficacy</i>)	19
2.3.3 Indikator Efikasi Diri (<i>Self Efficacy</i>)	20
2.4 Kreativitas	21
2.4.1 Pengertian Kreativitas.....	21
2.4.2 Kriteria Kreativitas	22
2.4.3 Indikator Kreativitas	22
2.5 Penelitian Terdahulu.....	23
2.6 Kerangka Konseptual	25
2.7 Hipotesis Penelitian.....	26
 BAB III METODE PENELITIAN	 27
3.1 Jenis Penelitian	27
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	27
3.3 Populasi dan Sampel	28
3.3.1 Populasi	28

3.3.2	Sampel	28
3.4	Defenisi Operasional	29
3.5	Skala Pengukuran Data	30
3.6	Metode Pengumpulan Data	31
3.7	Jenis dan Sumber Data	32
3.7.1	Jenis Data.....	32
3.7.2	Sumber Data	32
3.8	Teknik Analisis Data	33
3.8.1	Analisis Statistik Deskriptif.....	33
3.8.2	Analisis PLS (<i>Partial Least Squares</i>)	33
3.8.3	Diagram Jalur.....	34
3.8.4	Model Struktural.....	35
3.8.5	Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	35
3.8.6	Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	37
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	38
4.1	Gambaran Umum Universitas Sumatera Utara	38
4.2	Hasil Penelitian	39
4.2.1	Analisis Deskriptif Responden	39
4.2.2	Karakteristik Respondent	39
4.3	Deskriptif Variabel.....	42
4.3.1	Skala Pengukuran Mean Analisis Deskriptif	42
4.3.2	frekuensi Jawaban Responden.....	43
4.4	Hasil Analisis Data.....	54
4.4.1	Analisis Model PLS.....	54
4.4.2	Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	55
4.4.3	Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	58
4.4.4	Uji Pengukuran Langsung (<i>Direct Effect</i>)	59
4.5	Pembahasan	60
4.5.1	Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha	60
4.5.2	Pengaruh Efikasi Diri Terhadap Minat Berwirausaha.....	62
4.5.3	Pengaruh Kreativitas Terhadap Minat Berwirausaha.....	64
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	67
5.1	Kesimpulan.....	67
5.2	Saran.....	67
	DAFTAR PUSTAKA.....	70
	LAMPIRAN.....	76

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Tingkat pengangguran Terbuka	1
Tabel 1.2	Hasil Pra Survey Untuk Media Sosial	6
Tabel 1.3	Hasil Pra Survey Untuk <i>Efikasi Diri</i>	8
Tabel 1.4	Hasil Pra Survey Untuk Kreativitas.....	10
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3.1	Rencana Waktu Penelitian	27
Tabel 3.2	Jumlah Mahasiswa Aktif Prodi Kewirausahaan	28
Tabel 3.3	Operasionalisasi Variabel	29
Tabel 3.4	Instrumen Skala Liker	31
Tabel 3.5	Prosedur Penilaian <i>Outer Model</i> Reflektif.....	37
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	40
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Stambuk.....	41
Tabel 4.4	Instrumen Skala Mean	42
Tabel 4.5	Distribusi Jawaban Responden Terhadap Penggunaan Media Sosial	43
Tabel 4.6	Ditribusi Jawaban Responden Terhadap Efikasi Diri.....	46
Tabel 4.7	Distribusi Jawaban Responden Terhadap Kreativitas	49
Tabel 4.8	Distribusi Jawaban Responden Terhadap Minat Berwirausaha	52
Tabel 4.9	Hasil Uji <i>Loading Factor</i>	56
Tabel 4.10	<i>Composite Reliability</i>	57
Tabel 4.11	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	58
Tabel 4.12	<i>R Square</i>	58
Abel 4.13	<i>Path Coefficients</i>	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1.	Kerangka Konseptual	25
Gambar 3.1.	Model Diagram Jalur	35
Gambar 4.1	Kerangka Model Pertama	55



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.	Kuesioner Penelitian	76
Lampiran 2	Data dan Hasil Pengolahan Data	80
Lampiran 3	Surat Izin Riset	86
Lampiran 4	Surat Telah Selesai Penelitian	87



BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemiskinan dan pengangguran masih menjadi masalah besar yang dihadapi oleh masyarakat Indonesia saat ini. Pengangguran yang tinggi merupakan permasalahan yang tidak ada habisnya di Indonesia (Tingginehe & Sulandjari, 2024). Salah satu penyebab kemiskinan suatu negara adalah pengangguran yang terus meningkat tanpa diimbangi dengan peningkatan lapangan pekerjaan yang mencukupi (Putri & Sakti, 2023). Pengangguran tidak hanya menghambat pertumbuhan ekonomi negara tetapi juga pada kesejahteraan masyarakat, sehingga banyak masyarakat yang mengalami krisis ekonomi karena kehilangan pekerjaan atau pengurangan jam kerja, ini menyebabkan masyarakat kesulitan untuk memenuhi kebutuhan dasar seperti makan, pendidikan dan tempat tinggal (Ramdan & Septiana 2024). Angka pengangguran di Indonesia masih sangat tinggi, hal ini dapat diketahui pada Tabel 1.1 berikut:

Tabel 1.1
Tingkat Pengangguran Terbuka

No	Tahun	Jumlah Pengangguran di Indonesia (Persen)
1	2023	5,32
2	2024	4,91
3	2025	4,76

Sumber: Badan Pusat Statistika (2025).

Menurut data dari Badan Pusat Statistika mencatat jumlah pengangguran terbuka di Indonesia pada tahun 2023 adalah sebesar 5,32 persen, pada tahun 2024

adalah sebesar 4,81 persen, dan pada 2025 adalah sebesar 4,76 persen atau sebanyak 7,28 juta orang. Walaupun angka pengangguran terbuka menurun sekitar 0.06 persen dibandingkan tahun 2024 tetapi angka ini masih belum tergolong ideal. Tidak idealnya jumlah pengangguran terbuka juga dapat dilihat di Sumatera Utara, menurut Badan Pusat Statistika pada tahun 2025 Provinsi Sumatera Utara merupakan Provinsi yang memiliki jumlah pengangguran terbuka terbesar ketiga yaitu sekitar 5,05 persen dari total keseluruhan penduduk.

Salah satu langkah untuk mengatasi pengangguran di Indonesia adalah dengan mendukung dan membantu masyarakat dalam berwirausaha (Wijaya Dkk, 2024). Kewirausahaan menjadi salah satu cara yang harus dipertimbangkan oleh suatu negara dalam upaya pembangunan ekonomi (Falabibah dkk, 2024). Kewirausahaan adalah kemampuan untuk terus berinovasi dan mencari peluang kesuksesan (Wijaya Dkk, 2024). Di sektor ekonomi yang mampu menawarkan peluang kemandirian, keuntungan serta fleksibilitas, maka kewirausahaan memiliki kekuatan yang produktif (Wijaya Dkk, 2024). Menurut Haris & Burhan, (2023) Kewirausahaan merupakan salah satu penggerak ekonomi suatu negara, produktivitas, kreativitas dan inovasi yang terjadi dalam kewirausahaan dapat membuka peluang ketersediaan lapangan kerja dan mendorong kemajuan ekonomi. Secara umum kewirausahaan itu identik dengan apa yang dimiliki atau apa yang dilakukan oleh wirausaha.

Generasi muda, termasuk mahasiswa diharapkan untuk menjadi penggerak perubahan yang kreatif dan inovatif, sehingga mampu menciptakan ide-ide yang dapat dijadikan peluang untuk berwirausaha. Jika generasi muda memiliki

ketertarikan untuk menjadi wirausaha, maka Indonesia akan menjadi negara maju, angka pengangguran berkurang, lapangan pekerjaan bertambah dan perekonomian negara akan meningkat (prilliana & Dito, 2025). Mahasiswa yang berwirausaha dapat menjadi orang yang kreatif tanpa harus kehilangan gelar sarjananya, berwirausaha juga dapat menjadi sebuah solusi bagi mahasiswa untuk dapat menciptakan lapangan pekerjaan sendiri (Aprilliana & Dito, 2025).

Mahasiswa akan dihadapkan pada dua pilihan karir, yaitu mencari pekerjaan atau memilih membuka lapangan pekerjaan sendiri. Dalam merencanakan karirnya, masih banyak mahasiswa lebih mengutamakan untuk mencari pekerjaan yang sesuai dengan kemampuan dan keterampilannya dibandingkan untuk mencoba menjadi seorang wirausaha. Banyaknya lulusan perguruan tinggi yang terus bertambah setiap tahunnya tidak diimbangi dengan terbukanya lapangan pekerjaan, sehingga banyak lulusan sarjana yang memilih menganggur sampai mendapatkan pekerjaan yang sesuai. Oleh karena itu dalam memilih karir, lulusan perguruan tinggi selain mencari pekerjaan juga diharapkan untuk menjadi seorang wirausaha dengan membuka lapangan pekerjaan, karena menjadi seorang wirausaha saat ini menjadi salah satu pilihan untuk menyelesaikan masalah pengangguran di Indonesia (Tingginehe & Sulandjari 2024).

Dengan menjadi wirausaha, mahasiswa turut berperan aktif dalam membantu pemerintah untuk mengurangi angka pengangguran di Indonesia, jika mahasiswa banyak berkecimpung di dunia usaha, maka makin tinggi pula produktifitas yang dihasilkannya (Wijaya Dkk, 2024). Menurut Himpun Pengusaha Muda Indonesia (HIPMI) tingkat kewirausahaan di Indonesia bisa dikatakan masih

rendah yang mana jumlah wirausaha saat ini adalah 3,47 persen dari total penduduk. Dari angka tersebut, jumlah pengusaha muda (20-29 tahun) di Indonesia masih tergolong kecil yaitu sebesar 6,1 juta.

Di Indonesia, masih sangat minim mahasiswa berkeinginan untuk membuka usaha sendiri khususnya pada prodi kewirausahaan, walaupun mahasiswa prodi kewirausahaan ini belajar mengenai berwirausaha tetapi tidak semua mahasiswa berminat untuk menjadi wirausaha. Ini dikarenakan berwirausaha tidak menjanjikan karir yang cemerlang, kurangnya kreatifitas yang dimiliki mahasiswa, maupun ketidakberanian mahasiswa untuk mengambil resiko, dan juga minat mahasiswa untuk berwirausaha sangat rendah (Aprilliana & Dito, 2025). Sedangkan menurut Haq Dkk (2024) bahwa Pendidikan dan Pengetahuan Kewirausahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat seseorang untuk terjun dalam dunia bisnis. Baik dalam Program studi, pelatihan, dan seminar kewirausahaan memberikan wawasan serta keterampilan yang dibutuhkan dalam mengelola bisnis. Hal ini dapat disimpulkan bahwa mahasiswa yang mendapatkan edukasi kewirausahaan lebih mungkin untuk memulai usaha sendiri setelah lulus, dibandingkan dengan mahasiswa yang tidak mendapatkan pendidikan tersebut.

Untuk meningkatkan minat berwirausaha pada mahasiswa perlu adanya dukungan dari pihak kampus dan juga terjalinnya kolaborasi antara sektor pemerintah, swasta, dan lembaga keuangan untuk menyediakan program pelatihan kewirausahaan yang akan memberikan dampak positif bagi mahasiswa (Aulya Dkk, 2024). Hal ini dapat menimbulkan minat berwirausaha dikalangan mahasiswa lebih menjadi meningkat dikarenakan adanya perhatian dari beberapa sektor.

Menurut Falabibah dkk, (2024) Minat berwirausaha merupakan sebuah ketertarikan seseorang terhadap dunia bisnis serta mampu mengembangkan sebuah usaha yang disertai dengan kesiapan mental yang kuat dalam menanggung banyak resiko yang dihadapinya untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal. Minat berwirausaha juga dapat dilihat melalui keinginan dari diri seseorang pada saat proses merencanakan, mengorganisir, mengatur dan menanggung risiko serta mengembangkan usaha yang diciptakannya untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Memiliki keberanian dalam diri seseorang dapat membantu menciptakan sebuah usaha melalui ide-ide yang kreatif, inovatif, serta dapat mengelola peluang yang ada dengan cara bekerja keras. (Laia, & Husda, (2024).

Rendahnya minat mahasiswa Kewirausahaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara dalam berwirausaha dikarenakan tingginya resiko kegagalan dalam berwirausaha (Dewi, 2020). Hal ini perlu di perhatikan lagi oleh pihak kampus untuk menciptakan lulusan yang mampu menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat dengan cara menjadi seorang wirausaha. Terdapat beberapa faktor yang dapat meningkatkan minat berwirausaha salah satunya dengan adanya media sosial. Menurut Rahayu & Sulistyowati (2021) penggunaan media sosial akan mendorong dan memotivasi mahasiswa kewirausahaan Universitas Sumatera Utara untuk berwirausaha. Karena proses penyebaran informasi melalui media sosial sangatlah cepat dan akan menjadi peluang bisnis untuk mahasiswa dengan memanfaatkan media sosial yang mereka gunakan. Selain itu, media sosial juga sudah terhubung ke berbagai situs lain sehingga interaksi secara virtual saat ini semakin disukai oleh kalangan anak muda khususnya bagi mahasiswa

Kewirausahaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara dengan adanya kemudahan tersebut, seperti mudahnya berkomunikasi yang didukung dengan efisiensi dimana media sosial dapat diakses tanpa terikat oleh ruang dan waktu, media sosial juga memungkinkan untuk mahasiswa memulai berwirausaha melalui hubungan komunikasi dengan tujuan mencari keuntungan.

Untuk melihat bagaimana persepsi responden akan peranan media sosial untuk meningkatkan minat berwirausaha pada mahasiswa maka peneliti melakukan pra survei sebagai berikut:

Tabel 1.2
Hasil Pra Survei untuk Media Sosial (X1)

No	Pertanyaan	Setuju		Tidak setuju	
1	Apakah dengan adanya media sosial menghambat anda untuk memulai berwirausaha?	11	36,7%	19	63,3%
2	Apakah media sosial membantu anda dalam mengembangkan wirausaha?	9	30%	21	70%
3	Apakah media sosial menjadi peluang untuk menjalankan wirausaha?	5	16,7%	25	83,3%

Sumber: Diolah Peneliti (2025)

Berdasarkan Tabel 1.2 dapat diketahui bahwa jawaban responden pada variabel media sosial pada pertanyaan pertama ialah dengan adanya media sosial apakah menghambat mereka untuk memulai berwirausaha sebanyak 63,3% responden menjawab tidak setuju, karena mereka merasa dengan menggunakan media sosial dapat memudahkan mereka untuk memulai berwirausaha, hal ini dikarenakan menggunakan media sosial memudahkan mereka untuk mempromosikan produk yang akan mereka jual. Pada pertanyaan media sosial membantu mereka dalam mengembangkan wirausaha sekitar 70% responden menjawab tidak setuju dikarenakan sebagian dari mereka menggunakan media sosial tidak untuk

berwirausaha tetapi hanya untuk bertukar informasi saja. Dan pada pertanyaan media sosial menjadi peluang untuk mereka menjalankan wirausaha hanya 16,7% responden yang menjawab setuju, hanya sebagian mahasiswa yang dapat memanfaatkan peluang yang ada pada media sosial untuk mereka gunakan berwirausaha.

Ini dapat disimpulkan pada pernyataan responden terhadap variabel media sosial bahwasannya walaupun media sosial dapat memudahkan mahasiswa untuk memulai usaha tetapi mereka tidak sepenuhnya dapat menimbulkan minat mereka untuk berwirausaha. Pemahaman mahasiswa pada keyakinan terhadap kemampuan dalam berwirausaha untuk mencapai hasil yang diinginkan semakin tinggi, maka akan mempengaruhi minat berwirausaha bagi mahasiswa. Berdasarkan jurnal yang diteliti oleh Irawan & Zaini (2024) menjelaskan bahwa efikasi diri berpengaruh terhadap minat berwirausaha. Faktor kepribadian yang memiliki pengaruh terhadap minat berwirausaha adalah efikasi diri, Efikasi diri merupakan kepercayaan pada kapasitas dirinya untuk mencapai suatu kesuksesan pada pekerjaan dan tanggung jawabnya. semakin sering seseorang melakukan evaluasi diri dan menganggap bahwa dia memiliki banyak kemampuan yang positif, maka semakin besar pula efikasi yang dimilikinya (Sarukuk & Hasibuan, 2025) hal inilah yang diperlukan dalam jiwa seorang wirausahawan.

Efikasi diri merupakan keberanian yang diwujudkan dalam keterampilan suatu individu, efikasi diri berperan aktif dalam kegiatan kewirausahaan mulai dari perencanaan, pelaksanaan hingga evaluasi usaha, tercapai atau tidaknya target bisnis sangat dipengaruhi oleh efikasi diri, rasa percaya diri atau efikasi diri seorang mahasiswa berpengaruh sangat penting terhadap berwirausaha. Hal ini diperoleh

karena tingkat kepercayaan diri seorang mahasiswa itu sangat penting dalam memulai sebuah rencana untuk memulai berwirausaha, supaya tetap percaya dan fokus untuk memikirkan hal-hal yang positif tentang usaha maupun masa depan sehingga mampu mengambil resiko dan keputusan yang tepat dalam berbagai hal dalam berwirausaha (Laia & Husda, 2024).

Untuk melihat bagaimana Efikasi Diri mahasiswa yang dapat menumbuhkan minat berwirausaha maka peneliti melakukan pra survei sebagai berikut:

Tabel 1.3
Hasil Pra Survei untuk Efikasi Diri (X2)

No	Pernyataan	Setuju		Tidak setuju	
1	Saya yakin dapat memulai usaha dari nol	3	10%	27	90%
2	Saya berkeinginan untuk memulai usaha berdasarkan ide saya sendiri	14	46,7%	16	53,3%
3	Saya dapat menyelesaikan setiap permasalahan yang timbul dari usaha saya	5	16,7%	25	83,3%

Sumber: Diolah peneliti (2025)

Berdasarkan Tabel 1.3 dapat diketahui bahwa jawaban responden pada variabel Efikasi diri pada pernyataan pertama apakah mereka yakin dapat memulai usaha dari nol, sekitar 90% responden menjawab tidak setuju ini dikarena mahasiswa tidak yakin untuk memulai sebuah usaha dari nol atau dari awal karena modal untuk mulai usaha sangat besar dan mereka takut untuk mengalami kegagalan. Pada Pernyataan kedua apakah mereka berkeinginan untuk memulai usaha berdasarkan ide mereka sendiri, sebanyak 53,3% responden menjawab tidak setuju bahwa mereka tidak yakin untuk memulai usaha dari ide mereka sendiri, mereka memilih untuk mencontoh usaha yang sudah ada sebelumnya untuk dikembangkan karena mereka sudah melihat suksesnya usaha tersebut. Pada

Pernyataan ketiga apakah mereka dapat menyelesaikan setiap permasalahan yang timbul dari usaha mereka ini sebanyak 83,3% responden menjawab tidak setuju bahwa mereka belum siap untuk menyelesaikan masalah–masalah yang akan timbul pada usaha mereka seperti kurangnya penjualan, produk yang dijualnya tidak diterima di pasaran dan lain sebagainya. Untuk mengatasi resiko–resiko yang akan terjadi maka mahasiswa perlu memiliki sifat yang kreatif, menurut Wardani & Dewi (2021) Kreativitas merupakan kemampuan untuk menghadirkan gagasan atau ide dalam memecahkan persoalan saat menghadapi permasalahan dengan adanya kreativitas maka seseorang akan terdorong untuk mencapai target yang ditentukan.

Menurut Alfiani & Hendriani (2025) kreativitas dapat mempengaruhi keinginan seseorang untuk menjadi wirausaha dengan menginspirasi mereka untuk menciptakan sebuah ide. Tingginya tingkat kreativitas akan mengalami peningkatan pada minat berwirausaha mahasiswa karena wirausaha memiliki hubungan yang sangat erat dengan kreativitas. Pelaku bisnis harus mampu menciptakan ide–ide yang baru sehingga usaha akan selalu menang dalam persaingan. Hal ini yang dapat membuat bisnis menjadi berkembang dimana hal itu akan mempengaruhi minat mahasiswa. Memiliki kreativitas, mahasiswa dapat menciptakan berbagai ide bisnis yang segar untuk menghadirkan peluang usaha, dengan memiliki kreativitas ini akan mendorong mahasiswa untuk mewujudkan minatnya terhadap wirausaha (Wardani & Dewi, 2021).

Kreativitas adalah kemampuan individu untuk berinovasi membuat sesuatu yang baru dan tidak sama dengan orang lain. Dalam berwirausaha imajinasi yang dimiliki mahasiswa dapat menjadi peluang baginya dengan kata lain, jika

mahasiswa dapat menuangkan pemikiran yang sangat kreatif, maka mereka akan memiliki tingkat minat berwirausaha yang tinggi, ini menunjukkan bahwa dalam mengelola sebuah usaha, keberhasilan seorang wirausaha terletak pada sikap dan kemampuan berbisnis serta memiliki etos kerja yang tinggi. Jiwa kerja atau sikap kerja keras yang tinggi dari seorang pebisnis terletak pada imajinasi (kreativitas) dan keyakinan diri untuk menggerakkan usaha bisnis (Junus dkk, 2023).

Untuk melihat bagaimana kreativitas mahasiswa yang dapat menumbuhkan minat berwirausaha maka peneliti melakukan pra survei sebagai berikut:

Tabel 1.4
Hasil Pra Survey untuk Kreativitas (X3)

No	Pernyataan	Setuju		Tidak setuju	
1	Saya mampu menciptakan produk yang berbeda dengan usaha lainnya	8	26,7%	22	73,3%
2	Saya mampu menciptakan perubahan inovasi secara berkala	5	16,7%	25	83,3%
3	Saya mampu merealisasikan ide-ide untuk mengembangkan usaha yang akan saya bangun	7	23,3%	23	76,7%

Sumber: Diolah peneliti (2025)

Berdasarkan Tabel 1.4, dapat diketahui bahwa jawaban responden pada variabel kreativitas pada Pernyataan pertama apakah mereka mampu menciptakan produk yang berbeda dengan usaha lainnya sebanyak 73,3% responden menjawab tidak setuju, ini dikarenakan mereka takut produk usaha mereka tidak disukai dipasaran dan mereka memilih mengembangkan usaha yang sudah ada di pasaran. Pada Pernyataan kedua apakah mereka mampu menciptakan perubahan inovasi secara berkala sebanyak 83,3% responden menjawab tidak setuju dikarenakan mereka takut inovasi yang direncanakan tidak sesuai dengan apa yang mereka

harapkan. Pada Pernyataan ketiga apakah mereka mampu merealisasikan ide-ide untuk mengembangkan usaha yang akan mereka bangun sebanyak 76,7% responden menjawab tidak setuju bahwa hal ini karena responden kesulitan untuk merealisasikan ide mereka.

Berdasarkan jawaban responden pada variabel kretivitas dapat disimpulkan bahwa mahasiswa belum dapat menentukan ide baru dan inovasi produk baru yang dapat mereka gunakan untuk memulai berwirausaha. Hal ini dapat disebabkan karena kurangnya kepercayaan diri, pengalaman dari responden dan kurangnya bimbingan dari pihak akademisi. Responden mengalami kesulitan untuk menuangkan ide baru untuk bisnis yang akan dibangunnya karena sudah banyak bisnis yang sama di pasaran, hal ini menunjukkan bahwa kreativitas mahasiswa masih sangat rendah sehingga ini menyebabkan rendahnya minat mahasiswa untuk berwirausaha. Penelitian ini melibatkan responden yaitu Mahasiswa Program Studi Kewirausahaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk mengembangkan penelitian dengan judul **“Pengaruh Penggunaan Media sosial, Effikasi diri Dan Kreativitas Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Kewirausahaan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sumatera Utara”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka yang menjadi pokok permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini yaitu rendahnya minat berwirausaha dikalangan mahasiswa ini disebabkan mahasiswa tidak siap untuk menerima resiko-resiko yang akan terjadi pada saat membuka usaha, mahasiswa tidak pandai

memanfaatkan peluang yang ada pada saat menggunakan media sosial, kurangnya kepercayaan diri untuk memulai usaha dari nol, dan rendahnya kreativitas mahasiswa untuk membuat suatu ide baru untuk memulai menjadi wirausahawan.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka yang menjadi pokok pertanyaan yang akan dibahas dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah penggunaan media sosial berpengaruh terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Kewirausahaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara?
2. Apakah efikasi diri berpengaruh terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Kewirausahaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara?
3. Apakah kreativitas berpengaruh terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Kewirausahaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Kewirausahaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara.
2. Untuk mengetahui pengaruh efikasi diri terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Kewirausahaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara.

3. Untuk mengetahui pengaruh kreativitas terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Kewirausahaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Bagi Mahasiswa

Sebagai sumber informasi dan bahan masukan bagi para mahasiswa khususnya prodi Kewirausahaan yang memiliki minat untuk menjadi seorang wirausaha.

2. Bagi Peneliti

Penelitian ini menjadi kesempatan untuk menerapkan dan mengembangkan teori-teori yang diperoleh selama berada di bangku perkuliahan serta memperluas wawasan serta pengetahuan dalam bidang kewirausahaan mengenai pengaruh penggunaan Media Sosial, Efikasi diri dan Kreativitas terhadap minat berwirausaha.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi referensi dan dapat dijadikan bahan perbandingan bagi peneliti selanjutnya yang berkaitan dengan penggunaan media sosial, efikasi diri dan kreativitas terhadap minat berwirausaha

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Minat Berwirausaha

2.1.1 Pengertian Minat Berwirausaha

Menurut Susanto (2024) dalam buku kajiannya Minat berwirausaha merupakan dorongan dari dalam diri seseorang yang mampu memberikan semangat untuk menjalankan usaha dalam memperoleh penghasilan tanpa bergantung pada orang lain. Minat berwirausaha menurut Sari & Bawono, (2024) merupakan suatu keinginan yang timbul untuk memulai usaha serta merencanakan bisnis yang terarah dalam mencapai tujuan mereka yang dipengaruhi oleh niat dan tujuan yang dimilikinya.

Selain itu menurut Nugraheni & Mustikawati (2023) minat berwirausaha adalah suatu ketertarikan dan keinginan seseorang yang bertindak kreatif untuk menciptakan produk baru sebagai peluang bisnis dan berani mengambil risiko untuk mengembangkan usaha meraih kesuksesan. Seseorang yang memiliki minat berwirausaha akan lebih siap dalam mendirikan usahanya, serta tidak takut dengan resiko yang akan dihadapinya. Kegagalan yang dialami individu akan menjadi pembelajaran untuk menjadi lebih baik lagi (Kevin & Hardianto, 2024). Minat berwirausaha adalah dorongan dan ketertarikan seseorang untuk melakukan tindakan yang inovatif dan kreatif dalam memanfaatkan sumber daya berupa tenaga kerja, bahan mentah, dan modal untuk menghasilkan sebuah produk baru demi tercapainya kesejahteraan individu dan masyarakat (Melinda dkk, 2023).

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa minat berwirausaha adalah dorongan dan ketertarikan dari dalam diri seseorang untuk memulai

membangun usaha melalui inovatif dan kreatif untuk menciptakan suatu ide yang berupa produk baru sebagai peluang bisnis yang dapat memperoleh penghasilan serta berani dalam mengambil resiko untuk mengembangkan usaha dan meraih kesuksesan.

2.1.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruh Minat Berwirausaha

Menurut Manalu (2024) Minat seseorang untuk berwirausaha dapat muncul dari dalam diri (faktor internal) maupun dari luar diri (faktor eksternal).

1. Faktor internal

Faktor internal merupakan faktor yang menyangkut aspek dari dalam diri individu yang mana minat seseorang dalam suatu usaha diawali dari perhatian seseorang terhadap usaha tersebut.

Faktor internal ini meliputi aspek pribadi antara lain:

- a. Adanya ketidak puasan dengan pekerjaan atau aktivitas.
- b. Senang untuk mencoba-coba.
- c. Adanya keinginan untuk mandiri.
- d. Memiliki keinginan untuk mewujudkan mimpi.
- e. Memiliki minat dan komitmen yang tinggi.

2. Faktor Eksternal

Faktor eksternal merupakan hubungan yang menyangkut dengan lingkungan keluarga maupun lingkungan masyarakat, yang mana lingkungan keluarga ini menyangkut ayah, ibu, dan keluarga yang lainnya.

Sedangkan lingkungan masyarakat adalah pergaulan hidup manusia atau

himpunan orang yang hidup bersama dalam suatu tempat dengan ikatan-ikatan aturan yang tertentu.

Faktor Eksternal antara lain:

- a. Kehilangan pekerjaan.
- b. Adanya sumber daya yang dapat digunakan seperti modal, Lokasi yang strategis, warisan dan lain sebagainya.
- c. Mengikuti pelatihan mengenai kewirausahaan.
- d. Adanya relasi yang dapat membuka peluang usaha.
- e. Dorongan dari keluarga, teman, atau kerabat.

2.1.3 Indikator Minat Berwirusaha

Menurut Suratno (2020) terdapat empat indikator minat berwirausaha yaitu:

1. Adanya ketertarikan terhadap dunia wirausaha.
2. Memperhatikan segala sesuatu yang berhubungan dengan kewirausahaan.
3. Adanya keterlibatan secara aktif pada kegiatan yang berhubungan dengan kewirausahaan.
4. Berorientasi ke masadepan.

2.2 Media Sosial

2.2.1 Pengertian Media Sosial

Menurut Kotler & Keller (2016) Media sosial merupakan sarana bagi konsumen untuk berbagi informasi teks, gambar, audio, dan video satu sama lain, baik dengan perusahaan maupun sebaliknya. Media sosial memungkinkan pemasar secara daring, media sosial dapat memperkuat aktivitas komunikasi lainnya dengan

biaya yang efektif. Karena sifatnya yang langsung dan langsung, media sosial juga dapat mendorong perusahaan untuk tetap inovatif dan relevan. Pemasar dapat membangun atau memanfaatkan komunikasi daring, mendorong partisipasi konsumen, dan menciptakan aset pemasaran yang jangka panjang dalam prosesnya. Media sosial memungkinkan bisnis kecil dapat mengubah cara berkomunikasi dengan pelanggan, memasarkan produk dan jasa serta saling berinteraksi dengan pelanggan yang bertujuan untuk membangun hubungan yang baik.

Pendapat lain diungkapkan oleh Suratno dkk (2020) media sosial merupakan media interaksi antara individu dengan orang lain yang dilakukan secara online tanpa batas ruang dan waktu. Artinya pesan yang disampaikan tidak hanya untuk satu orang saja namun bisa banyak orang. Selain itu pesan yang disampaikan bebas, tanpa harus melalui suatu *Gatekeeper*. Sedangkan menurut Aputra dkk (2022) Media sosial merupakan gabungan antara aspek sosiologi dan aspek teknologi yang mengubah monolog (*one to many*) menjadi sebuah dialog (*many to many*) serta merupakan inovasi dari sebuah informasi yang mengubah cara berfikir seseorang yang biasanya hanya membaca konten menjadi seseorang yang mampu menerbitkan sebuah konten.

2.2.2 Manfaat Penggunaan Media Sosial

Menurut Dewanto (2024) Media sosial memiliki beberapa manfaat sebagai berikut:

1. Media sosial menawarkan peluang besar bagi bisnis untuk menjangkau *audiens* yang lebih luas.
2. membangun hubungan dengan pelanggan.

3. Meningkatkan *brand awareness*.
4. Media sosial dapat digunakan sebagai media promosi produk dan layanan Perusahaan lebih efisien dan mudah dijangkau oleh para *audiens*, dibandingkan dengan metode pemasaran tradisional.
5. Berinteraksi langsung dengan pelanggan.
6. Media sosial memudahkan perusahaan untuk menargetkan *audiens* secara spesifik.
7. Media sosial memudahkan dalam memantau kinerja kampanye menjadikan media sosial sebagai komponen penting dalam strategi pemasaran bisnis yang sukses.

2.2.3 Indikator Penggunaan Media Sosial

Arrezqi dkk (2022) menyatakan indikator dari media sosial yaitu:

1. **Partisipasi** dalam menggunakan sosial media seperti membagi informasi, berdiskusi dan interaksi antar pengguna media sosial.
2. **Keterbukaan** mahasiswa dalam membagikan informasi, berinteraksi, dan menerima masukan melalui media sosial secara transparan sehingga dapat membangun kepercayaan para *audiens*.
3. **Komunikasi** yaitu mahasiswa mampu mengapresiasi diri dalam bentuk konten seperti teks, gambar ataupun video.
4. **Keterampilan** mahasiswa dalam menggunakan media sosial.

2.3 Efikasi Diri (*Self Efficacy*)

2.3.1 Pengertian Efikasi Diri (*Self Efficacy*)

Menurut Nugraheni (2022) Efikasi diri adalah keyakinan diri untuk mampu mengorganisasikan dan melakukan suatu aktivitas dengan tujuan untuk memperoleh hasil yang diharapkan. Tiodang dkk (2022) mengemukakan bahwa efikasi diri merupakan sikap atau perasaan yakin atas kemampuan diri sendiri sehingga orang yang bersangkutan tidak terlalu cemas dalam setiap tindakannya, dapat bertanggung jawab setiap apa yang diperbuatnya, dan juga dapat menerima dan menghargai orang lain, memiliki dorongan untuk mengenal kelebihan dan kekurangan diri sendiri. Sedangkan menurut Dwiastuty dkk (2025) Efikasi diri adalah keyakinan diri sendiri tentang kemampuannya dalam mengerjakan dan menyelesaikan tugas sesuai tanggung jawab dengan tingkat keberhasilan tertentu.

Didukung oleh pendapat Bandura dalam Herleli (2025) Efikasi diri dipersepsikan yang merujuk pada keyakinan seseorang terhadap kemampuannya untuk mengatur dan melaksanakan tindakan-tindakan yang diperlukan untuk mencapai hasil yang diinginkan. Sedangkan menurut Septinityas dkk (2022) efikasi diri adalah keyakinan seorang individu terhadap kemampuan yang dimiliki untuk melakukan sesuatu tugas yang menjadi tuntutan sehingga individu tersebut tidak menyerah ditengah jalan atau bekerja secara setengah-setengah.

2.3.2 Dimensi Efikasi Diri (*Self Efficacy*)

Menurut Bandura dalam Zadok (2024) menjelaskan bahwa terdapat tiga dimensi yang membentuk efikasi diri yaitu:

1. *Level*, diartikan sebagai tinggi atau rendahnya tingkat keyakinan diri dalam menghadapi suatu tugas yang sulit. Jika individu dihadapkan pada tugas-tugas yang disusun menurut tingkat kesulitannya, maka keyakinan individu akan terbatas pada tugas yang mudah, kemudian tugas sedang hingga tugas yang paling sulit, sesuai dengan batas kemampuan yang dirasakan untuk memenuhi tuntutan perilaku yang dibutuhkan pada masing masing tingkat. Maka makin tinggi tingkat kesulitan tugas, maka semakin lemah pula keyakinan yang dirasakan untuk menyelesaikannya.
2. *Generality* diartikan sebagai suatu keyakinan diri yang dapat melakukan tugas dalam bidang luas atau pun bidang tertentu. misalnya seorang mahasiswa yakin akan kemampuannya pada mata kuliah statistik tetapi ia tidak yakin akan kemampuannya pada mata kuliah bahasa inggris, atau seseorang yang ingin melakukan diet, yakin akan kemampuannya dapat menjalankan olah raga secara rutin, namun ia tidak yakin akan kemampuannya mengurangi nafsu makan.
3. *Strength* diartikan sebagai tinggi atau rendahnya keyakinan diri dalam menyelesaikan tugas yang diberikannya. Memiliki keyakinan yang lemah akan mudah digoyahkan oleh pengalaman-pengalaman yang tidak mendukung. Sebaliknya, memiliki keyakinan yang kuat dapat mendorong individu tetap bertahan dalam menyelesaikan tugas yang telah diberikan.

2.3.3 Indikator Efikasi Diri (*Self Efficacy*)

Menurut Ningrum & Kadeni (2023) Efikasi diri merupakan keyakinan diri seseorang untuk mampu melakukan sesuatu. Indikator efikasi diri antar lain:

1. Keyakinan mempunyai keterampilan berwirausaha.
2. Kepercayaan diri untuk menjalankan usaha.
3. Kemampuan diri dalam berwirausaha.
4. Keyakinan diri akan menjadi seorang wirausaha yang sukses.

2.4 Kreativitas

2.4.1 Pengertian Kreativitas

Kreativitas hadir sebagai tindakan pemunculan ide kreatif, tentunya hal tersebut lahir dari melihat peluang dan berpikir berbeda dari kebanyakan orang dikatakan sebagai bentuk dari hasil kreativitas. Menurut Maharani dkk (2022) kreativitas adalah hasil dari kemampuan seseorang dalam melihat peluang sehingga menghasilkan sebuah gagasan dan ide baru yang dapat membuat perubahan diri dan lingkungannya. Hubungan kreativitas dalam dunia wirausahawan adalah sebagai modal utama wirausahawan salah satunya adalah mampu berpikir secara kreatif agar dapat mengidentifikasi dan memanfaatkan sebuah peluang untuk memulai sebuah usaha. Kreativitas menurut Darsana dkk (2024) adalah kemampuan untuk menghasilkan ide-ide baru dan inovatif yang dapat meningkatkan efisiensi, produktivitas.

Sedangkan menurut Daulay & Sani (2021) kreativitas merupakan kemampuan seseorang dalam menciptakan sesuatu yang baru, unik, dan berbeda dari orang lain dengan mengkombinasikan pengetahuan dan pengalaman yang dimilikinya untuk membuat perubahan dalam sebuah usaha. Melalui kreativitas yang hebat dapat dilihat bahwa perusahaan tersebut memiliki citra dan ciri khas yang benar-benar unik yang menarik perhatian banyak orang dan membuat mereka

senang dan tertarik untuk mengikutinya (Putriani & Nurmaning, 2025). Li & al (2022) berpendapat bahwa kreatifitas adalah komponen penting. Ini memungkinkan orang untuk membuat konsep bisnis yang unik, membedakan diri dari pesaing lainnya, dan merancang strategi kreatif untuk mengatasi lingkungan bisnis yang dinamis dan menantang.

2.4.2 Kriteria Kreativitas

Menurut Darsana dkk (2024) untuk mengukur kreativitas terdapat beberapa kriteria yang sering digunakan antara lain:

1. Kebaruan (*Novelty*) yaitu sejauh mana ide tersebut baru dan belum pernah ada sebelumnya.
2. Kegunaan (*Usefulness*) yaitu seberapa berguna ide tersebut dalam memecahkan masalah atau dapat memenuhi kebutuhan.
3. Keaslian (*Originality*) yaitu Tingkat keunikan ide tersebut dibandingkan dengan ide-ide yang sudah ada sebelumnya.
4. Kelayakan (*Feasibility*) yaitu kemampuan untuk mewujudkan ide tersebut menjadi kenyataan dengan sumber daya yang ada.

2.4.3 Indikator Kreativitas

Menurut Sunarjo (2024) Kreativitas adalah kemampuan yang dimiliki seseorang untuk menemukan dan menciptakan sesuatu yang baru, cara baru, dan model baru yang berguna bagi dirinya dan masyarakat. Adapun indikator dari kreativitas yang dikemukakan oleh Sunarjo (2024) antara lain:

1. Kelancaran dalam berpikir (*Fluency*) yaitu kemampuan untuk menghasilkan banyak ide yang keluar dari pemikiran seseorang secara

cepat. Dalam kelancaran berpikir yang ditekankan adalah kuantitasnya dan bukan kualitasnya.

- 2. Keluwesan dalam berpikir (*Flexibility*) didefinisikan sebagai kemampuan untuk menghasilkan sejumlah ide yang bervariasi serta mampu menggunakan bermacam-macam pendekatan atau cara pemikiran.
- 3. Keaslian (*Originality*) adalah kemampuan menghasilkan ide atau produk baru yang unik, tidak umum, dan berbeda dari orang lain.
- 4. Terperinci (*Elaboration*) yaitu kemampuan dalam mengembangkan secara detail dan memperindah suatu objek, gagasan atau situasi sehingga menjadi lebih menarik.

2.5 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti/Tahun	Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Wijaya dkk (2024)	<i>Enterpreneurial Business Intentin Based on Self-Efficacy, Creativity, Digital Literacy.</i>	Analisis Regresi	secara parsial efikasi diri, kreativitas dan juga literasi digital secara masing-masing memiliki pengaruh signifikan terhadap intensi berwirausaha.
2	Delvanty (2022)	Pengaruh Mental Kewirausahaan, Kreativitas dan Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa	Analisis <i>Partial Least Square</i> (PLS)	1. Pengaruh Mental Kewirausahaan dan Kreativitas berpengaruh terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa. 2. Pengaruh Sosial Ekonomi Orang Tua tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa.
3	Ye Meng Zi & Kab Won Kang (2025)	<i>The Impact of Entrepreneurial Self-Efficacy and Entrepreneurship on Entrepreneurial Intention: Entrepreneurial Attitude as</i>	<i>The maximum likelihood method and bootstrap method.</i>	<i>Entrepreneurial Self-Efficacy The positive influence on Entrepreneurial Intention, perceived entrepreneurial ability positive effect on Entrepreneurial Intention,</i>

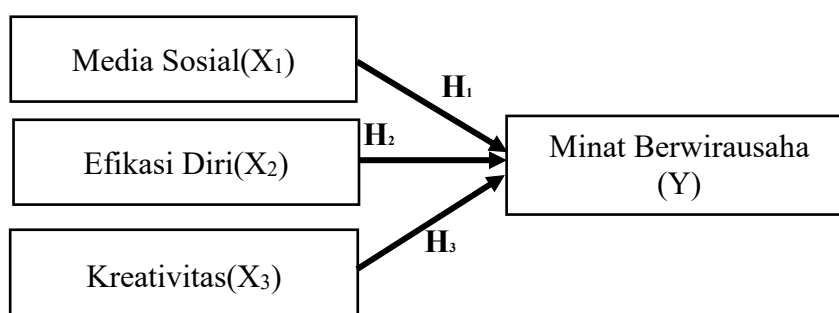
No	Peneliti/Tahun	Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
		<i>a Mediator and Entrepreneurship Education Having a Moderate Effect</i>		<i>Entrepreneurial Attitude was found to be a positive predictor for Entrepreneurial Intention.</i>
4	Nugraheni & Mustikawati (2023)	Pengaruh Lingkungan Keluarga, Media Sosial, dan Jiwa Kewirausahaan terhadap minat Berwirausaha Mahasiswa	Analisis Statistik	1. Lingkungan Keluarga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Program Studi Pendidikan Akuntansi Universitas Negeri Yogyakarta. 2. Media Sosial pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Program Studi Pendidikan Akuntansi Universitas Negeri Yogyakarta. 3. Jiwa Kewirausahaan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Program Studi Pendidikan Akuntansi Universitas Negeri Yogyakarta.
5	Alfiany & Hendriani (2025)	Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap minat dan Kreatifitas berwirausaha mahasiswa Tadris IPS UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.	Analisi Statistik	1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha. 2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan pendidikan kewirausahaan terhadap kreativitas berwirausaha
6	Irawan & Zaini (2024)	Pengaruh Ekspektasi pendapatan, Lingkungan dan Efikasi Diri Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus Pada Mahasiswa FISIP Universitas Mulawarman).	Analisis Deskriptif Variabel	Pengaruh Ekspektasi pendapatan, Lingkungan dan Efikasi Diri berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat Berwirausaha (Studi Kasus Pada Mahasiswa FISIP Universitas Mulawarman).
7	Komang Dkk (2020)	Pengaruh Tingkat Penggunaan Media Sosial dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Perguruan Tinggi di Kota Denpasar	Analisi Regresi Linier Berganda	Penggunaan Media Sosial dan Motivasi secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha.
8	Afriani & Bakrie (2023)	Pengaruh budaya bisnis masyarakat, literasi keuangan, self-efficacy dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha masyarakat di Kecamatan Simpang Kiri Kota Subulussalam	Analisi Regresi Linier Berganda	Pengaruh budaya bisnis masyarakat, literasi keuangan, self-efficacy dan lingkungan keluarga secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha masyarakat di Kecamatan Simpang Kiri Kota Subulussalam.

No	Peneliti/Tahun	Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
9	Isma Dkk (2023)	Pengaruh kreativitas dan pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha melalui motivasi berwirausaha pada santri dan santriwati Pondok Pesantren Ad-Daraen Makassar.	Analisi Regresi Linier Berganda	Pengaruh kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha melalui motivasi berwirausaha pada santri dan santriwati Pondok Pesantren Ad-Daraen Makassar. Dan pendidikan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha melalui motivasi berwirausaha pada santri dan santriwati Pondok Pesantren Ad-Daraen Makassar.
10	Neto Macário Neri Ferreira dkk (2023)	<i>The role of self-efficacy, entrepreneurial passion, and creativity in developing entrepreneurial intentions</i>	Multigroup Regression analysis	<i>Self-efficacy this interplay has an influence on intentions as it can moderate, passion, self-efficacy and creativity have an influence on intention as creativity, creativity and the entrepreneurial intention was not confirmed. Furthermore, the multigroup analysis showed that education influences men's entrepreneurial intentions, and creativity only affects intentions when mediated by passion.</i>

Sumber: Diolah Peneliti, (2025)

2.6 Kerangka Konseptual

Berdasarkan latar belakang masalah, tinjauan landasan teori dan penelitian terdahulu yang relevan, maka dapat disusun suatu kerangka pemikiran dalam penelitian ini, seperti yang disajikan dalam gambar berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

2.7 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik.

Dalam kaitannya dengan pengaruh penggunaan media sosial, efikasi diri, dan kreativitas terhadap minat berwirausaha, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

1. Media Sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Kewirausahaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara.
2. Efikasi Diri berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Kewirausahaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara.
3. Kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Kewirausahaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis pendekatan secara kuantitatif, dimana akan menemukan besarnya pengaruh dari variabel bebas (independen) terhadap variabel terkait (variabel dependen). Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang melibatkan proses pengumpulan dan analisis data numerik secara obyektif untuk menggambarkan, memprediksi, atau mengontrol variabel yang menarik. Penelitian ini diekspresikan dalam angka dan grafik dan digunakan untuk menguji atau mengkonfirmasi teori dan asumsi (Sugiyono, 2019)

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Prodi Kewirausahaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara. Penelitian ini direncanakan selesai pada bulan Desember 2025.

Tabel 3.1
Rencana Waktu Penelitian

No	Jenis Kegiatan	2025			2026		
		Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Maret
1	Pengajuan Judul						
2	Penyelesaian Proposal						
3	Seminar Proposal						
4	Revisi Proposal						
5	Penelitian						
6	Seminar Hasil						
7	Revisi Seminar Hasil						
8	Sidang Meja Hijau						

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2019), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Program Studi Kewirausahaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara mulai tahun 2022-2025 sebanyak 176 orang. Dapat dilihat berdasarkan tabel berikut ini:

Tabel 3.2
Jumlah Mahasiswa Aktif Prodi Kewirausahaan

Stambuk	Jumlah Mahasiswa
2022	37
2023	41
2024	41
2025	57
Jumlah	176

Sumber : Data Akademik USU (2025)

3.3.2 Sampel

Teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini menggunakan *probability Sampling*. *probability Sampling* adalah Teknik sampling yang setiap anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk terpilih sebagai sampel. Sementara metode pengambilan sampel yang digunakan yaitu *Cluster Sampling*, yang dimana *Cluster Sampling* digunakan untuk menentukan sampel bila objek yang diteliti atau sumber data sangat luas. Metode ini dimana populasi dibagi berdasarkan area atau *cluster*, lalu beberapa *cluster* dipilih sebagai sampel dari *cluster* tersebut bisa diambil seluruhnya atau

sebagian untuk dijadikan sampel, anggota populasi disetiap *cluster* tidak perlu homogen (Alfifto, 2024). Untuk menentukan sampel penelitian menggunakan rumus Slovin yaitu :

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

n = Jumlah elemen/anggota sampel

N = Jumlah elemen/anggota populasi

e = *Error level*

Maka:

$$\begin{aligned} n &= \frac{176}{1 + (176 \times 0.05^2)} \\ n &= 122,222 \\ n &= 122 \end{aligned}$$

Maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Mahasiswa Program Studi Kewirausahaan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara 122 responden.

3.4 Defenisi Operasional

Tabel 3.3
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Defenisi	Indikator Variabel	Skala
Minat Berwirausaha (Y)	minat berwirausaha adalah suatu ketertarikan dan keinginan seseorang yang bertindak kreatif untuk menciptakan produk baru sebagai peluang bisnis dan berani mengambil risiko	1) Adanya ketertarikan terhadap dunia usaha. 2) Memperhatikan segala sesuatu yang berhubungan dengan kewirausahaan. 3) Adanya keterlibatan secara aktif pada kegiatan yang berhubungan dengan kewirausahaan.	Likert
Variabel	Defenisi	Indikator Variabel	Skala

	untuk mengembangkan usaha meraih kesuksesan (Nugraheni & Mustikawati, 2023).	4) Berorientasi ke masadepan. (Suratno,2020).	
Media Sosial (X1)	Media sosial merupakan sarana bagi konsumen untuk berbagi informasi teks, gambar, audio, dan video satu sama lain, baik dengan perusahaan maupun sebaliknya (Kotler & Killer, 2016:637).	1) Partisipasi dalam menggunakan media sosial. 2) Keterbukaan dalam membagikan informasi, berinteraksi, dan menerima masukan melalui media sosial secara transparan. 3) Komunikasi. 4) Keterampilan mahasiswa dalam menggunakan media sosial. (Arrezqi, 2022).	<i>Likert</i>
Efikasi diri (X2)	Efikasi diri dipersepsikan yang merujuk pada keyakinan seseorang terhadap kemampuannya untuk mengatur dan melaksanakan tindakan-tindakan yang diperlukan untuk mencapai hasil yang diinginkan (Bandura, 1997 dalam Herleli (2025:13).	1) Keyakinan mempunyai keterampilan berwirausaha. 2) Kepercayaan diri untuk menjalankan usaha. 3) Kemampuan diri dalam berwirausaha 4) Keyakinan diri akan menjadi seorang wirausaha yang sukses. (Ningrum & Kadeni, 2023).	<i>Likert</i>
Kreativitas (X3)	kreativitas adalah hasil dari kemampuan seseorang dalam melihat peluang sehingga menghasilkan sebuah gagasan dan ide baru yang dapat membuat perubahan diri dan lingkungannya (Maharani dkk, 2022).	1) Kelancaran dalam berpikir. 2) Keluwesan dalam berpikir. 3) Keaslian. 4) Terperinci. (Sunarjo, 2024).	<i>Likert</i>

Sumber : Data Diolah peneliti (2025)

3.5 Skala Pengukuran Data

Penelitian ini menggunakan Skala *Likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Skala ini juga sering disebut *summated rating scale*, karena

digunakan untuk memberi peluang kepada responden untuk mengekspresikan jawaban pernyataan atau pertanyaan yang diberikan (Situmorang, 2017).

Skala interval yang digunakan didalam penelitian ini adalah bersifat *favorable* dimana :

Tabel 3.4
Instrumen Skala *Likert*

No	Skala	Skor
1.	Sangat Setuju	5
2.	Setuju	4
3.	Kurang Setuju	3
4.	Tidak Setuju	2
5.	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Situmorang (2018)

3.6 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data pada penelitian ini adalah :

1. Wawancara

Dengan cara melakukan komunikasi dengan pihak-pihak yang terkait sesuai dengan topik yang diteliti.

2. Kuesioner

Kuesioner adalah cara pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan kepada responden tentang variabel-variabel dalam penelitian. Metode ini digunakan untuk menyingkap identitas penelitian dan untuk mengungkap variabel-variabel dalam penelitian guna mendapatkan informasi spesifik dan melibatkan pengelolaan data dimana pengumpulan data menggunakan alat berupa kuesioner. Metode pengumpulan data dengan kuesioner atau angket memiliki kelebihan yaitu mudah dikelola, data yang diperoleh dapat dipercaya,

serta penetapan kode, analisis, dan interpretasi data relatif sederhana. Sedangkan kekurangan dari teknik ini adalah responden mungkin tidak mampu atau tidak bersedia memberikan informasi yang diharapkan dan penyusunan pertanyaan agar mudah dipahami merupakan hal yang tidak mudah.

3.7 Jenis dan Sumber Data

3.7.1 Jenis Data

Menurut Alfito (2024), berdasarkan pengelompokannya, data dapat dikelompokkan menjadi data primer dan data sekunder.

3.7.2 Sumber Data

Menurut Alfito (2024), Sumber data mengacu pada informasi mentah atau pengamatan yang dikumpulkan sebagai informasi. Data yang digunakan yaitu data primer dan sekunder dengan penjelasan sebagai berikut :

- a. Data Primer merupakan data yang diperoleh langsung dari para responden yang terpilih pada mahasiswa Universitas Sumatera Utara. Data primer diperoleh dengan memberikan kuesioner dan melakukan wawancara singkat kepada responden baik.
- b. Data sekunder merupakan berbagai informasi yang telah ada sebelumnya dan dengan sengaja dikumpulkan oleh peneliti yang digunakan untuk melengkapi kebutuhan data penelitian. Biasanya data-data ini berupa diagram, grafik, atau tabel sebuah informasi penting seperti sensus penduduk. Data sekunder yang diperoleh untuk melengkapi data primer yang meliputi sumber dari literatur buku untuk teori-teori, situs internet, dan penelitian terdahulu yang berupa

skripsi, jurnal ilmiah nasional dan internasional yang diperoleh sehubungan dengan masalah yang diteliti.

3.8 Teknik Analisis Data

3.8.1 Analisis Statistik Deskriptif

Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis data kuantitatif, di mana data disajikan dalam bentuk numerik. Tahap awal meliputi reduksi data menjadi format yang lebih sederhana untuk memudahkan interpretasi. Proses pengolahan data diawali dengan mengelompokkan data sesuai variabel yang telah ditetapkan dalam kerangka penelitian. Selanjutnya, hasil operasionalisasi variabel akan diuji menggunakan metode *Smart PLS (Partial Least Squares)* untuk menganalisis hubungan antar variabel berdasarkan nilai yang telah diinput.

3.8.2 Analisis PLS (*Partial Least Squares*)

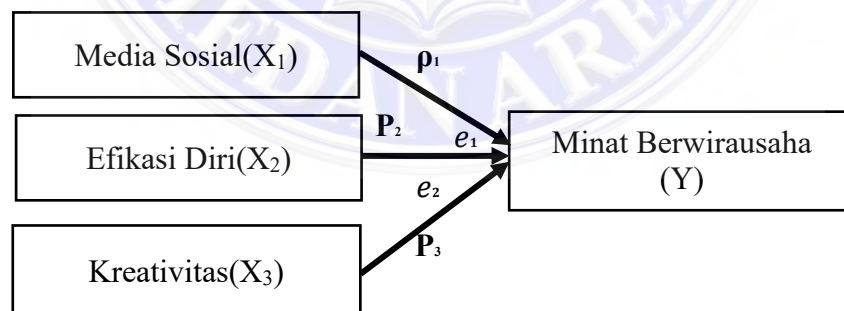
Partial Least Squares (PLS) merupakan metode analisis multivariat yang mampu mengintegrasikan berbagai variabel, baik variabel dependen maupun independen, dalam satu model secara simultan (Wibisono et al., 2021). Pendekatan ini tidak memerlukan asumsi distribusi data tertentu dalam melakukan estimasi parameter atau memprediksi hubungan kausal antar variabel. Dengan sifatnya yang non-parametrik, PLS tidak bergantung pada uji signifikansi parametrik konvensional. Penelitian ini mengimplementasikan *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis *Smart Partial Least Squares* (SmartPLS) sebagai alat analisis. Evaluasi model PLS terdiri dari dua komponen utama, yaitu *outer model* untuk menilai keterkaitan antara indikator dengan variabel laten yang

merepresentasikannya & *inner model* untuk menguji hubungan kausal antar variabel laten.

Pada penelitian yang melibatkan konstruk multiindikator yaitu konstruk yang dibentuk oleh indikator-indikator dan subkonstruk analisis dilakukan secara hierarkis dalam dua tingkat. Tingkat pertama (*First Order Construct/Lower Order Construct*) menguji konstruk laten yang dibentuk langsung oleh indikator-indikator pengukuran. Sementara tingkat kedua (*Second Order Construct/Higher Order Construct*) menganalisis konstruk laten yang direpresentasikan oleh subkonstruk tingkat pertama.

3.8.3 Diagram Jalur

Diagram jalur berfungsi sebagai representasi visual dari kerangka konseptual penelitian, yang mempermudah proses pemahaman dan analisis. Model awal persamaan struktural (*structural equation model*) dirumuskan berdasarkan kerangka konseptual yang telah diteliti, dengan rincian dibawah ini:



Gambar 3.1
Model Diagram Jalur Penelitian

$$Y = \rho_1 X_1 + \rho_2 X_2 + e_1 + e_2$$

Keterangan :

Y = Pembelian Impulsif

- X_1 = *live streaming*
 X_2 = *flash sale*
 ρ = Jalur Koefisien regresi
 e = *Error Term*

3.8.4 Model Struktural

Model struktural penelitian dirancang berdasarkan kerangka konseptual yang diubah ke dalam bentuk diagram jalur. Menurut Sugiyono (2019), ketika pola hubungan antara variabel laten endogen dan eksogen teridentifikasi secara jelas, serta konstruk antar variabel laten terdefinisi dengan baik, formulasi model persamaan struktural (*structural equation model*) dan model persamaan pengukuran (*measurement model*) dapat dilakukan.

Persamaan struktural menggambarkan relasi kausal antara variabel laten endogen dan eksogen. Dalam analisis PLS (*Partial Least Squares*), persamaan ini berfungsi untuk menilai hubungan dalam *inner model*. Sementara itu, persamaan pengukuran menjelaskan keterkaitan antara konstruk manifes (indikator teramati) dan konstruk laten (variabel abstrak). Pada PLS, persamaan pengukuran digunakan untuk mengevaluasi *outer model*.

3.8.5 Model Pengukuran (*Outer Model*)

Suatu model penelitian dianggap tidak layak dievaluasi guna memprediksi hubungan kausal atau relasional sebelum melalui tahap pemurnian (*purification*) pada model pengukuran. Tahap ini berperan kritis dalam menilai validitas konstruk serta keandalan (*reliabilitas*) instrumen penelitian. Validitas bertujuan

memverifikasi kecermatan alat ukur dalam mengukur objek penelitian, sementara reliabilitas berfokus pada konsistensi alat ukur dalam merepresentasikan konsep atau stabilitas respons responden terhadap item kuesioner.

Abdillah dan Jogiyanto (2015) menjelaskan bahwa validitas konstruk dinilai melalui dua pendekatan utama, yaitu *convergent validity* (uji kesamaan arah pengukuran) dan *discriminant validity* (uji perbedaan antar konstruk). Di sisi lain, reliabilitas diukur dengan indikator Cronbach's Alpha dan *Composite Reliability*. *Cronbach's Alpha* berfungsi sebagai estimasi batas minimal keandalan konstruk, sedangkan *Composite Reliability* menghitung tingkat keandalan aktual konstruk. Kedua indikator ini saling melengkapi, meskipun *Composite Reliability* dinilai lebih presisi dalam mengevaluasi konsistensi internal suatu konstruk.

Uji konsistensi internal tidak menjadi keharusan apabila validitas konstruk telah terpenuhi, sebab konstruk yang valid secara inherent telah reliabel. Namun, konstruk yang reliabel tidak selalu menjamin validitasnya. Dalam penelitian ini, penilaian validitas dan reliabilitas variabel manifes reflektif dilakukan berdasarkan kriteria dibawah ini :

Tabel 3.5
Prosedur Penilaian Outer Model Reflektif

Alat Uji	Parameter	Rule of Thumbs
Uji Validitas		
<i>Convergent Validity</i>	Nilai <i>Average Variance Extracted</i> (AVE)	Nilai AVE sebaiknya bernilai 0,5 keatas (Hai et.al,2001)
<i>Discriminant Validity</i>	Akar AVE dan Korelasi Variabel Laten	Nilai Akar AVE sebaiknya lebih besar dari Korelasi Variabel Laten (Hair et al,2014)
Uji Reliabilitas		
Reliabilitas Indikator	Nilai Muatan faktor luaran	Penelitian Eksplanatory senilai 0,4 keatas dapat diterima, namun sebaiknya bernilai 0,7 keatas (Hulland, 1999)
<i>Internal Consistency Realibity</i>	Nilai Reliabilitas	Nilai <i>Composite Reliability</i> bernilai 0,7 keatas, walaupun nilai 0,6 dapat diterima (Hair et al, 2014)

3.8.6 Model Struktural (*Inner Model*)

Pengujian model struktural dalam *Partial Least Squares* (PLS) dikerjakan menggunakan pertimbangan nilai R-squared (R^2) untuk konstruk dependen, koefisien jalur (β), dan nilai-T pada setiap jalur guna menguji signifikansi hubungan antar konstruk dalam model. Nilai R^2 berfungsi mengukur proporsi variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen. Semakin tinggi nilai R^2 , semakin kuat kemampuan prediktif model penelitian. Namun, R^2 tidak dianggap sebagai parameter absolut untuk menilai akurasi model, karena landasan teoretis hubungan antar variabel tetap menjadi faktor penentu utama dalam menjelaskan hubungan kausal.

Koefisien jalur (β) atau *inner model* merefleksikan tingkat signifikansi hubungan dalam pengujian hipotesis. Untuk uji hipotesis dua arah (*two-tailed*) pada tingkat signifikansi 5%, nilai-T statistik harus melebihi 1,96, sedangkan untuk uji satu arah (*one-tailed*), nilai minimal yang diterima adalah 1,64.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan dalam penelitian ini, maka peneliti mengambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Penggunaan Media Sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Kewirausahaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara.
2. Efikasi Diri berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Kewirausahaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara.
3. Kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Kewirausahaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka peneliti memberi saran sebagai berikut:

1. Menurut hasil penelitian terlihat bahwa Penggunaan Media Sosial berpengaruh positif dan signifikan untuk minat berwirausaha pada Mahasiswa Kewirausahaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa dapat memanfaatkan media sosial tidak hanya sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai media untuk belajar dan mengembangkan usaha. Nampun perlu di perhatikan pada pertanyaan yang

terdapat jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju Seperti pada pertanyaan “Saya adalah orang yang bisa mengubah suatu permasalahan menjadi peluang dalam berwirausaha.” Dan juga pada pertanyaan “Saya menjangkau lebih banyak pelanggan dengan menggunakan media sosial” untuk itu, perlu adanya pelatihan atau pembelajaran praktis terkait pemanfaatan media sosial dalam kegiatan wirausaha, seperti pemasaran digital, pembuatan konten, dan pengelolaan bisnis online. Dengan adanya pembekalan tersebut, mahasiswa diharapkan lebih percaya diri untuk menyampaikan ide dan pendapatnya secara terbuka di media sosial dan juga dapat menggunakan media sosial secara lebih efektif sehingga minat berwirausaha dapat semakin meningkat.

2. Menurut hasil penelitian terlihat bahwa Efikasi diri berpengaruh positif dan signifikan untuk meningkatkan minat berwirausaha pada Mahasiswa Kewirausahaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara. Efikasi diri memiliki pengaruh paling besar terhadap minat berwirausaha. Namun perlu di perhatikan pada pertanyaan yang terdapat jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju Seperti pada pertanyaan “Saya yakin mendirikan usaha baru tanpa bantuan orang lain.” Dan juga pada pertanyaan “Saya yakin mampu mendirikan usaha dengan pengetahuan dan pengalaman” Sebaiknya mahasiswa yakin akan kemampuan diri sendiri serta tidak mudah menyerah akan tantangan dan cobaan yang ada, serta diperlukannya sosok mentor dalam menjalankan bisnis agar mampu memberikan saran solutif terkait perkembangan bisnis yang akan datang ketika dihadapi dengan kesulitan.
3. Menurut hasil penelitian terlihat bahwa Kreativitas berpengaruh positif dan

signifikan untuk meningkatkan minat berwirausaha pada Mahasiswa Kewirausahaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara. maka mahasiswa diharapkan dapat terus mengembangkan kreativitas yang dimiliki dengan berani mencoba ide-ide baru dan melihat masalah sebagai peluang usaha. Nampun perlu di perhatikan pada pertanyaan yang terdapat jawabtn tidak setuju dan sangat tidak setuju Seperti pada pertanyaan “Saya adalah orang yang bisa mengubah suatu permasalahan menjadi peluang dalam berwirausaha.” Dan juga pada pertanyaan “Saya dengan mudah mendapatkan ide ketika berada di dalam lingkungan baru.” Mahasiswa yang belum mampu melihat peluang dari suatu permasalahan cenderung kurang tertarik atau kurang percaya diri untuk memulai usaha. Untuk itu mahasiswa diharapkan dapat terus mengembangkan kreativitas yang dimiliki dengan berani mencoba ide-ide baru dan melihat masalah sebagai peluang usaha. Serta memperbanyak literasi dan belajar dapat mengembangkan kemampuan inovasi dan kreatifitas mahasiswa.

4. Bagi peneliti selanjutnya disarankan bagi peneliti selanjutnya, diharapkan untuk dapat mengembangkan dan menambahkan variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini yang dapat mengukur minat berwirausaha seperti motivasi berwirausaha, sikap kewirausahaan, lingkungan sosial, modal usaha, pengalaman berwirausaha, serta literasi digital yang dapat memberikan wawasan lebih luas mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat berwirausaha. Selain itu juga disarankan untuk menggunakan objek penelitian yang lebih luas, seperti mahasiswa dari fakultas atau universitas lain, agar hasil penelitian menjadi lebih beragam dan mendalam.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Jogiyanto, H. M. (2015). *Partial Least Square (PLS): Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Andi.
- Afrianti, D., Surya, J., & Bakri, M. (2023). Pengaruh budaya bisnis masyarakat, literasi keuangan, *self-efficacy* dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha masyarakat di Kecamatan Simpang Kiri Kota Subulussalam. *Karya Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi (Kimfe)*, 2(1).
- Afrianti, D., Surya, & Bakri, M. (2023). Pengaruh Budaya Bisnis Masyarakat, Literasi Keuangan, *Self Efficacy* dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Masyarakat di Kecamatan Simpang Kiri Kota Subulussalam. *KARYA ILMIAH MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI (KIMFE)*, 29.
- Alfiany, N. K., & Hendriani, D. (2025). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat dan Kreatifitas Berwirausaha Mahasiswa Tadris IPS UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. *Jurnal Pendidikan dan Ilmu Sosial (JUPENDIS)*, 3(1), 01-17.
- Alfifto. (2024). *Statistika Penelitian: Konsep dan Kasus*. Medan: UMA Press.
- Aprilina, T. P., & Dito, A. H. (2025). Pengaruh Motivasi Dan Efikasi Diri Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Universitas Nasional Karangturi. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 6(4), 6854-6868.
- Aputra, A., Sukmawati., & Nurhayati. A. (2022). Pengaruh Pengatahuan Kewirusahaan, Lingkungan Pergaulan, dan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa UKM Kewirausahaan Universitas Muslim Indonesia. *Jurnal Magister Manajemen Universitas Muslim Indonesia*, 9(1), 2722-4961.
- Arrezqi, M., Bagus. Y. W., & Nanang. A. S. (2022). The Influence of Entrepreneurial Mindset, Social Environment and Social Media on Entrepreneurial Interest of Semarang State Polytechnic Students. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, 6(1), 89-101.
- Aulya, C. D., Laili. F., & Sunita. D. (2024). Mengidentifikasi Faktor - Fktor Keberhasilan Kewirusahaan di Kalangan Generasi Muda Indonesia Menggunakan Metode Delphi. *Jurnal Spektrum Ekonomi*, 7(12), 69-76.
- Basalamah, R., Nurdin, N., Haekal, A., Noval, N., & Jalil, A. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Financial Technology (Fintech) Gopay Pada Generasi Milenial Di Kota Palu. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 4(1), 57–71.

- Darsana, I. M., Selly. M., Fahrul. I. S., Luluk. T. H., Rahmat., Keni. K., Sri. H., Helin. G. Y., Surianti., Bahrul. U. I., Pahrudin., Rima. R., Fajar S. 2024. Kewirausahaan dan Inovasi. Bali: Cv Intelektual Manifes Media.
- Daulay, M. T., & Sanny, A. (2021). Kewirausahaan Dari Industry 4.0 Menuju Society 5.0. Medan: Cattleya Darmaya.
- Delvanty, M. E. (2022). Pengaruh Mental Kewirausahaan, Kreativitas dan Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. Jurnal Pemasaran KOMPETITIF, 213 – 225.
- Dewanto. 2024. Kewirausahaan Di Era Digital. Jambi: Pt. Nawala Gama Education.
- Dewi, N.L.P. (2020). Pengaruh Persepsi Risiko dan Efikasi Diri terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa di Bali, Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, 189-198.
- Dwiastuty, N., Sri. S., & Lina. N. (2025). Kinerja Guru Tantangan dan Strategi Peningkatannya. Malang: Media Nusa Creative (MNC Publishing).
- Falabibah, Z., Nor. N. & Sopyan.S. (2024). Pengaruh Entrepreneurial Mindset dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha dengan Self-Efficacy Sebagai Variabel Mediasi (Survey Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sukabumi). Management Studies and Entrepreneurship Journal, 5(2), 6063-6070.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair jr, j.f. Et al. (2014) 'partial least squares structural equation modeling (pls-sem): an emerging tool in business research', european business review, 26(2), pp. 106–121.
- Haq, R. A., Alfia. H., Ranggi. P., & Ninik. A. (2025). Hasil Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Universitas Pamulang. Prosiding Seminar Nasional Manajemen, 4(1), 875-881.
- Haris, A. T. E., & Rizka. R. B. (2023). Peran Perempuan dalam Mendorong Kemandirian Ekonomi Melalui Kewirausahaan. SEIKO : Journal of Management & Business, 6(1), 12 - 21.
- Irawan, R. S., & M. Zaini. (2024). Pengaruh Ekspektasi Pendapatan, Lingkungan Dan Efikasi Diri Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus pada Mahasiswa FISIP Universitas Mulawarman). COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting, 7(5), 1158-1178.
- Isma, A., Rakib, M., Andriani, R., & Septiani, I. (2023). Pengaruh Kreativitas dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Melalui Motivasi Berwirausaha Pada Santri dan Santriwati Pondok Pesantren Ad Daraaen Makassar. Journal of Economics, Entrepreneurship, Management Business and Accounting, 1(1), 1-11.

- Keinditia, R., & Kustini, K. (2022). Analisis Kemampuan Penggunaan Media Sosial dan Pembelajaran Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Jawa Timur. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(6), 3526-3533.
- Kevin, F. S., & Antonius. W. H. (2024). Pengaruh Motivasi Berwirausaha dan Modal Usaha Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Transaksi*, 16(1), 15-30.
- Khofifah, F. N., & Fahimul. A. (2023). Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Jombang. *Business and Accounting Education Journal*, 4(3), 270 - 278.
- Kirana, A., Mutia, A., & Fielnanda, R. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat Dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Pada Mahasiswa Di Kota Jambi. *Muqaddimah: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*, 1(4), 82–99.
- Komang, S.I., Ni Komang Redianingsih., I Made Baji Pranawa., Desak Nyoman Tri Indahyani. (2020). Pengaruh tingkat penggunaan media sosial dan motivasi terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Program Studi Manajemen Perguruan Tinggi di Kota Denpasar. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 9(7), 627–652.
- Kotler & Keller. 2016. *Marketing Management: Global Edition* 15. England: British Library.
- Kurniawan, A., Yulianti, F., & Putri, T. E. (2022). The Effect Of Perceived Of Ease Of Use, Perceived Of Benefits, Trust, Perceived Of Risk And Level Of Understanding Of Electronic Money On Interest In Using E-Money. *Accounting Research Journal Of Sutaatmadja*, 6(1), 132–153.
- Laila, D., & Husda, A. P. (2024). Pengaruh Ekspektasi Pendapatan, Literasi Keuangan Dan Efikasi Diri Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Akuntansi Kota Batam. *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Sosial & Teknologi*, 6, 340-345.
- Li, Y., Li, B., & Lu, T. (2022). Founders’ Creativity, Business Model Innovation, and Business Growth. *Frontiers in Psychology*, 13. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.892716>
- Maharani, A., Corry. Y., & Aditya. P. (2022). Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial, Kreativitas, dan Kecerdasan Emosional Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa di Jakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Keuangan*, 3(3), 750-768.
- Manalu, M. 2023. *Kewirausahaan*. Jawa Barat: Guepedia Group.

- Marlina, E., & Gusteti Y. (2023). Analisis Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Self Efficacy dan Karakter Wirausaha Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Dharma Indonesia). *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Ekonomi*, 296-309.
- Neto Macário Neri Ferreira., Jessyca Lages d. C. C., José Milton d. S. F., and Bruno d. S. L. (2023). *The role of self-efficacy, entrepreneurial passion, and creativity in developing entrepreneurial intentions*, 1-14.
- Ningrum, M. C. D., & Kadeni. (2023). Pengaruh Orientasi Kewirausaha, Pemanfaatan E-commerce, dan Efikasi Diri Terhadap Minat Berwirausaha Digital Mahasiswa Universitas Bhinneka PGRI. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(2), 16227-16238.
- Nissa, I.C., Yuntawati., Pujilestari., Masjudin., & Putu, L.N. (2024). Menumbuhkan Kreativitas dan Kemandirian Ekonomi melalui Wirausaha Buket. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat*, 9(7), 1262-1268.
- Nugraheni, C. A., & Rr. Indah. M. (2023). Pengaruh Lingkungan Keluarga, Media Sosial, dan Jiwa Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Kajian Pendidikan Akuntansi Indonesia*, 12(1), 1 – 20.
- Putri, I. N., & Norida. C. S. (2023). Pengaruh Literatur Ekonomi Dan Pemanfaatan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Peserta Didik. *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi (JRPE)*, 162-176.
- Putri, Y. M. D., & Saputra, A. (2023). Pengaruh Kreativitas, Pendidikan Kewirausahaan, dan Ekspektasi Pendapatan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa di Kota Batam. *Journal of Economics and Business UBS*, 12(1), 284-303.
- Putriani, A. A. Y., & Bina. A. N. (2025). Pengaruh Kreativitas dan Pendidikan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Semester VIII Prodi Pendidikan Ekonomi Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung Tahun Akademik 2024/2025. *Jurnal Sains Ekonomi dan Edukasi*, 2(7), 1423 - 1435.
- Rahayu, E. P., & Shanti. N. S. (2022). Pengaruh Media Sosial dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha. *Pekobis: Jurnal Pendidikan, Ekonomi, dan Bisnis*, 7(1), 12-23.
- Ramdan, M., & Septiana. A. (2024). Sosialisasi & Edukasi: Sosialisasi Kewirausahaan untuk Meningkatkan Minat Berwirausaha pada SMPN 11 PPU. *Jurnal Pengabdian Untuk Mu NegeRI*, 8(2), 198-205.
- Sari, P. P., Zahruddin. H., & Riswan. R. (2024). Pengaruh Literasi Ekonomi dan Pemanfaatan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Siswa di SMA N 8 Palembang. *Jurnal Neraca: Jurnal Pendidikan dan Ilmu Ekonomi Akuntansi*, 8(1), 74-83.

- Sari, T. A., & Andy. D. B. B. (2024). Pengaruh Kepribadian, Motivasi Berwirausaha, Ekspektasi Pendapatan, Dan Pertimbangan Pasar Kerja Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Akuntansi (Studi Empiris Pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Muhammadiyah Surakarta Angkatan 2020). *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(2), 4951-4964.
- Schiffman, L. G. & Kanuk, L., L. 2018. *Perilaku Konsumen*, Edisi 7. Alih Bahasa: Zoelkifli. Jakarta : Indeks.
- Sugiyono. 2019. *Mtode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunarjo, W.A. (2024). *Buku Ajar Manajemen Inovasi*. PT Nesya Expanding Manajemen. Jawa Tengah.
- Suningrat., & Dedeh. N. (2022). Mediasi Efikasi Diri pada Pengaruh Pemanfaatan E-Commerce Terhadap Minat Berwirausaha Siswa SMK. *GEMILANG: Jurnal Manajemen dan Strategi Bisnis*, 3(2), 92-101.
- Suratno., Farida, k., Rosmiati., & Ari. K. (2020). Pengaruh Kewirausahaan, Medi Sosial, Motivasi Berwirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Siswa/i Pada SMk Negeri 1 Kota Sungai Penuh. *Jimit Jurnal Manajemen Terapan*, 1(5), 477-490.
- Susandya, A. A. P. B. A., & Ngurah. A. S. (2024). Pemanfaatan Sosial Media Untuk Mengenalkan dan Meningkatkan Penjualan Krupuk Babi Pak Ngurah. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 1079-1083.
- Susanto. 2024. *Membangun Mental Berwirausaha*. Sumatera Barat: CV. Azka Pustaka.
- Tangkeallo, D. I., & Randi. T. (2021). Analisis Pendidikan Kewirausahaan dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi UKI Toraja. *JEKPEND (Jurnal Ekonomi dan Pendidikan)*, 4(1), 74-79.
- Tingginehe, M. & Sundjari, S. (2024). Entrepreneur As A Choice Of Student Career Interests. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(1), 2787-2881.
- Tiodang, S. E., Khairinal. K., & Siti. S. (2022). pengaruh Efikasi Diri dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha yang Dimediasi oleh Motivasi Berwirausaha Pada Mahasiswa Univeritas Jambi (Studi Kasus Mahasiswa pendidikan Ekonomi). *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 4(1), 500-511.
- Urbaningtyas, L. N., Atiek. S. P., Sugiarto., & Umi. P. (2022). Pengaruh Motivasi, Pendidikan Kewirausahaan, Ekspektasi Pendapatan, Efikasi Diri, dan Digital Marketing Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa di Masa

- Pandemi Covid-19. Soedirman Accounting, Auditing and Public Sector Journal (SAAP), 1(2), 20-32.
- Valdez-Juárez, L. E., & Pérez-de-Lema, D. G. (2023). Creativity and the family environment, facilitators of Self Efficacy for entrepreneurial intentions in university students: Case ITSON Mexico. *The International Journal of Management Education*, 21(1), 100764.
- Wahyundari, A. A., Asri, D. N., & Trisnani, R. P. (2023). Pengaruh Self Efficacy dan Peer Support terhadap Minat Berwirausaha pada Siswa. *Journal of Health Guidance and Counseling*, 1(1), 1-6.
- Wardani, N. T., & Dewi, R. M. (2021). *Pengaruh motivasi, kreativitas, inovasi dan modal usaha terhadap minat berwirausaha*. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 9(1), 93.
- Wibisono, A., Destryana, R. A., & Ghufrony, A. (2021). Pelatihan Partial Least Square (PLS) Bagi Mahasiswa. *Jurnal ABDIRAJA*, 4(2), 24–30. <https://doi.org/10.24929/adr.v4i2.1542>.
- Wijaya, O.Y.A. & Jayanderzhin, C.P. (2024). Entrepreneurial Business Intention Based On Self-Efficacy, Creativity, Digital Literacy. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(2), 4768-4779.
- Ye Meng Zi. & Kab Won Kang. (2025). *The Impact of Entrepreneurial Self-Efficacy and Entrepreneurship on Entrepreneurial Intention: Entrepreneurial Attitude as a Mediator and Entrepreneurship Education Having a Moderate Effect*. 17, 1-27.
- Zadok, W.F. 2024. Dukungan Sosial Teman Sebaya dan Hardiness pada Efikasi Diri Mahasiswa. Jawa Barat: Cv Adanu Abimata.



LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Petunjuk Pengisian :

Pada pertanyaan dibawah ini, anda dimohon untuk mengisi pertanyaan – pertanyaan tersebut dengan keadaan / kondisi yang sebenarnya.

Identitas Responden

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : a. Pria b. Wanita
3. Usia : a. 18 – 20 tahun
b. 21 – 22 tahun
c. 23 – 25 tahun
4. Stambuk : a. 2022 c. 2024
b. 2023 d. 2025

Pilihlah salah satu jawaban dari setiap pernyataan yang paling sesuai dengan keadaan/perasaan diri Anda, dengan cara memberi tanda check list (✓) pada kolom jawaban yang tersedia.

Alternatif Jawaban	Bobot Nilai
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Kurang Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Y. MINAT BERWIRAUSAHA

No	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
Adanya ketertarikan terhadap dunia usaha						
1	Saya tertarik berwirausaha karena dapat menciptakan lapangan pekerjaan sendiri					
Memperhatikan segala sesuatu yang berhubungan dengan kewirausahaan						
2	Bagi saya menjadi wirausaha memberikan potensi pendapatan yang lebih baik					
Adanya keterlibatan secara aktif pada kegiatan yang berhubungan dengan kewirausahaan						

3	Saya aktif dalam mengikuti kegiatan yang berhubungan dengan kewirausahaan seperti P2MW, Bisnis Plan, Seminar serta kegiatan kewirausahaan lainnya					
4	Saya tertarik mengikuti kegiatan yang berkaitan dengan kewirausahaan.					
Berorientasi ke masadepan						
5	Berwirausaha adalah peluang besar dilingkungan masyarakat					

XI. MEDIA SOSIAL

No	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
Partisipasi dalam menggunakan media sosial.						
1	Saya aktif dalam menggunakan media sosial.					
Keterbukaan dalam membagikan informasi, berinteraksi, dan menerima masukan melalui media sosial secara transparan.						
2	Saya suka berbagi ide pemikiran saya lewat media sosial.					
Komunikasi						
3	Media sosial memudahkan saya untuk mencari informasi terkait kewirausahaan.					
4	Media sosial membantu saya mengembangkan kemampuan berbisnis.					
Keterampilan mahasiswa dalam menggunakan media sosial						
5	Media sosial merupakan tempat bisnis online dengan biaya yang sangat murah.					
6	Saya menjangkau lebih banyak pelanggan dengan menggunakan media sosial.					

X2. EFIKASI DIRI

No	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
Keyakinan mempunyai keterampilan berwirausaha						
1	Saya yakin mampu mendirikan usaha dengan pengetahuan dan pengalaman yang saya miliki.					
2	Saya yakin bisa belajar keterampilan yang dibutuhkan dalam usaha.					
Kepercayaan diri untuk menjalankan usaha.						
3	Saya yakin mendirikan usaha baru tanpa bantuan orang lain.					
Kemampuan diri dalam berwirausaha						
4	Saya akan berusaha lebih keras apabila belum mencapai target.					
Keyakinan diri akan menjadi seorang wirausaha yang sukses						
5	Saya yakin kesuksesan dalam berwirausaha tidak muncul tiba-tiba tetapi diperlukan proses.					
6	Saya percaya usaha yang saya jalankan dapat berkembang.					

X3. KREATIFITAS

No	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
Kelancaran dalam berpikir						
1	Saya adalah orang yang bisa mengubah suatu permasalahan menjadi peluang dalam berwirausaha.					

2	Saya dengan mudah mendapatkan ide ketika berada di dalam lingkungan baru.					
Keluwesan dalam berpikir						
3	Saya mampu menciptakan ide baru.					
4	Saya tertarik membuat usaha dengan konsep yang unik.					
Keaslian						
5	Saya bisa mengembangkan ide usaha menjadi rencana yang jelas.					
Terperinci						
6	Saya merasa memiliki keterampilan yang dibutuhkan untuk berwirausaha.					

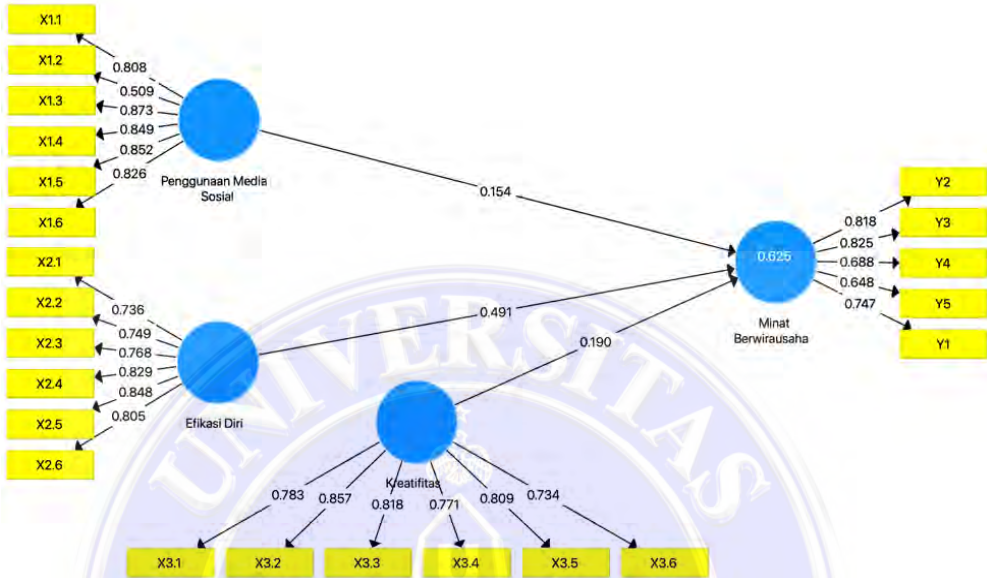
Lampiran 2. Data Penelitian dan Hasil Pengolahan Data

X 1 .	X 1 .	X 1 .	X 1 .	X 1 .	X 1 .	X 2 .	X 2 .	X 2 .	X 2 .	X 2 .	X 2 .	X 3 .	X 3 .	X 3 .	X 3 .	X 3 .	X 3 .	Y 1 .	Y 1 .	Y 1 .	Y 1 .	Y 1 .
1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	5	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5
5	3	5	3	4	3	3	4	3	5	5	5	2	3	3	4	4	1	5	4	2	4	4
5	3	4	3	5	4	4	4	1	4	5	5	3	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4
5	4	5	4	1	3	4	4	3	5	5	4	4	3	4	5	5	4	4	4	3	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4
5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4
5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4
4	4	5	4	2	2	4	3	3	3	3	4	4	5	3	4	3	5	5	4	4	4	4
5	3	4	4	4	5	3	4	5	5	4	5	5	4	4	3	5	5	4	4	4	5	4
4	5	5	5	4	3	4	4	3	5	5	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	5	4
5	3	3	5	5	4	2	1	2	5	1	3	3	4	3	4	2	5	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5	4
5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4
4	4	5	5	4	3	4	4	3	5	4	5	3	3	4	4	4	4	5	4	2	4	4
5	3	4	4	4	3	4	4	2	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4
5	4	5	5	5	5	4	4	3	5	4	5	3	4	4	5	5	5	4	4	2	4	4
5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	2	3	4
5	3	5	5	4	5	5	4	3	5	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	2	4	4
5	4	5	4	4	5	4	4	2	4	4	4	1	2	3	4	3	4	4	4	2	4	4
5	4	5	5	5	4	4	4	3	4	5	4	2	3	4	4	4	4	4	4	2	3	4
5	5	4	5	4	4	4	4	2	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4
5	4	5	5	4	4	5	4	3	4	4	4	3	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	5	4	4	4	2	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4
5	2	4	4	5	5	4	4	2	4	4	4	2	3	4	4	3	4	5	4	2	3	4
4	5	4	4	4	4	3	4	2	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4	2	4	4
4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	2	3	4
5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	2	3	4
4	4	4	5	4	4	4	4	3	5	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	2	4	4
4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4
5	3	3	5	4	5	4	4	3	4	5	5	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4
5	3	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	3	4	4	5	4	3	3	2	4	4	4	4	4	3	5	3	4	5	5	5	5	5
4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	3	4	3	4	4	4	3	4	5

4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	5	4	4	4	4
4	3	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	2	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	2	3	5	4	4	5	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	3	4	2	4	4	4	2	3	3	4	3	4	5	4	2	4	4
4	4	4	4	4	4	3	4	1	4	4	4	2	3	3	4	4	3	4	3	2	4	4
5	3	4	4	4	4	3	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	3	4	4
5	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	2	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5
5	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	2	4	4
4	3	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4
4	3	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4
4	3	4	4	4	4	4	5	2	4	4	4	3	2	3	4	2	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	3	3	4	2	4	4	4	2	2	3	4	3	3	4	4	4	4	4
4	3	4	3	4	3	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
4	2	4	4	4	3	3	4	2	4	4	4	2	3	3	4	3	3	4	4	2	4	4
4	3	5	4	4	4	4	4	2	4	4	4	2	3	4	5	4	4	4	4	2	4	4
5	2	4	4	4	4	4	4	2	5	4	4	3	4	4	5	4	5	4	4	2	4	4
5	3	4	4	4	4	4	5	2	4	5	4	2	3	2	5	4	4	5	4	4	5	4
4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4
4	2	4	3	4	2	4	5	2	5	4	4	3	2	4	5	4	4	4	4	4	4	5
4	2	3	4	4	4	4	4	2	4	4	4	2	2	3	4	3	4	4	4	2	4	4
4	2	2	4	4	4	4	5	3	4	5	4	2	3	4	5	4	4	4	4	4	5	5
5	2	3	2	5	2	1	3	2	5	4	5	3	2	4	5	4	2	1	3	1	3	1
5	4	4	1	4	2	1	3	1	4	5	3	3	1	3	4	3	2	2	3	1	3	1
3	5	2	3	4	3	3	4	3	5	5	4	1	3	4	5	4	3	1	1	1	1	4
5	3	1	4	5	5	3	5	2	5	5	5	4	3	5	5	4	5	5	5	2	3	4
5	4	3	1	5	4	5	5	4	5	4	4	5	3	4	2	1	3	5	5	3	4	3
3	4	4	1	2	3	3	4	3	5	4	4	4	4	5	3	5	5	4	4	2	2	3
2	1	4	2	4	5	5	5	5	4	5	4	3	1	5	2	3	2	1	2	2	1	1
3	1	3	3	3	1	2	4	1	4	4	4	1	1	2	4	3	3	3	2	2	4	4
4	1	4	4	3	3	4	5	2	4	4	4	2	2	3	4	2	3	4	3	2	4	3
3	2	4	4	4	2	3	4	2	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	2	4	4
4	1	5	4	4	4	4	5	2	5	4	4	3	3	3	5	4	3	4	4	2	4	4
3	4	4	4	4	3	4	5	4	5	5	4	3	2	3	5	4	4	5	4	4	4	4
4	2	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	2	4	5
5	3	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	2	2	3	4	3	3	4	4	4	4	4
4	3	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	2	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5

4	2	5	4	3	2	3	4	2	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	2	4	3	4	3	4	4	2	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	2	4
2	1	2	4	3	2	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	3
4	4	1	3	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5
4	2	2	1	3	2	2	4	1	4	4	4	2	4	4	3	3	3	2	3	1	3
3	2	2	2	3	3	1	4	2	5	4	5	2	1	3	2	3	3	3	5	1	1
2	2	3	1	4	3	2	4	2	5	5	4	4	2	4	3	4	3	4	2	1	3
2	1	1	1	3	2	1	4	1	5	4	4	3	1	2	1	2	3	5	5	1	3
1	1	4	1	2	3	2	5	4	5	5	4	4	1	4	2	3	3	4	2	3	4
2	2	1	1	5	4	2	5	1	4	5	4	3	2	5	2	2	3	4	4	4	4
3	2	4	2	5	3	1	2	1	4	5	3	3	1	3	2	2	3	4	2	1	4
4	2	4	1	2	2	3	3	1	4	2	2	1	1	3	2	3	3	2	1	3	4
3	2	4	4	2	2	1	3	2	2	2	4	3	1	2	2	1	2	3	2	4	4
5	4	3	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4
5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5
5	5	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4
2	1	4	4	3	2	4	5	1	4	3	4	2	1	2	2	1	2	5	3	2	4
4	3	4	4	2	4	4	4	1	4	3	4	4	2	1	3	2	2	4	4	4	4
4	4	4	4	3	4	2	4	2	4	4	4	2	2	2	4	2	2	2	3	1	4
5	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5
5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4
4	2	2	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	2	4
5	4	2	4	4	4	4	5	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5
5	5	1	1	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4
2	1	1	1	2	1	2	4	2	3	2	3	2	4	3	4	4	2	4	4	2	3
4	2	3	1	3	1	3	5	1	4	5	4	3	1	2	2	2	1	2	2	2	3
4	2	2	1	2	1	1	1	1	4	1	3	2	1	2	1	2	1	1	1	1	2
5	4	2	1	1	1	2	4	2	4	4	4	3	2	3	1	1	2	3	2	2	1
5	2	1	1	1	2	2	5	3	4	5	4	2	1	3	2	2	1	3	4	4	2
5	4	2	1	3	1	1	4	2	5	5	3	2	1	2	2	1	2	3	2	4	1
5	3	2	2	3	2	1	5	1	5	5	5	3	1	2	5	3	3	1	2	4	1
3	1	1	4	2	1	2	5	3	4	5	5	3	1	5	1	2	3	1	1	4	3
4	1	2	3	5	3	2	2	1	5	5	1	3	3	3	3	2	2	3	3	2	1
2	5	1	1	3	2	2	2	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	1	2	2	3
5	1	2	3	3	3	2	5	3	5	5	5	5	5	4	3	3	3	3	3	2	3
1	5	1	3	3	3	2	2	2	2	5	4	3	3	3	3	3	3	5	2	4	1
3	4	4	4	3	4	2	2	2	5	5	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	1
5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4



	Penggunaan Media Sosial	Efikasi Diri	Kreatifitas	Minat Berwirausaha
X1.1	0,808			
X1.2	0,509			
X1.3	0,873			
X1.4	0,849			
X1.5	0,852			
X1.6	0,826			
X2.1		0,736		
X2.2		0,749		
X2.3		0,768		
X2.4		0,829		
X2.5		0,848		
X2.6		0,805		
X3.1			0,783	
X3.2			0,857	
X3.3			0,818	
X3.4			0,771	
X3.5			0,809	

X3.6		0,734	
Y1			0,747
Y2			0,818
Y3			0,825
Y4			0,688
Y5			0,648

	Composite Reliability
Penggunaan Media Sosial	0,910
Efikasi Diri	0,909
Kreatifitas	0,912
Minat Berwirausaha	0,863

	Average Variance Extracted (AVE)
Penggunaan Media Sosial	0,634
Efikasi Diri	0,624
Kreatifitas	0,634
Minat Berwirausaha	0,560

	R Square
Minat Berwirausaha	0,625

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Penggunaan Media Sosial -> Minat Berwirausaha	0,254	0,147	0,142	2,582	0,003
Efikasi Diri -> Minat Berwirausaha	0,491	0,486	0,131	5,755	0,000
Kreativitas -> Minat Berwirausaha	0,390	0,203	0,143	3,532	0,001

Lampiran 3. Surat Izin Riset

Medan, 09 Desember 2025



UNIVERSITAS MEDAN AREA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Kampus I : Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate ☎ (061) 7360168, Medan 20223
 Kampus II : Jalan Setiabudi Nomor 79 / Jalan Sei Serayu Nomor 70 A ☎ (061) 42402994, Medan 20122
 Website: www.ekonomi.uma.ac.id E-Mail: ekonomi@uma.ac.id

Nomor : 4096/FEB/01.1/XII/2025
 Lamp. : -
 Perihal : Surat Pengantar Izin Riset

Kepada Yth,
 Bapak/Ibu
 Pimpinan Bagian Kemahasiswaan
 Fakultas Ekonomi dan Bisnis
 Universitas Sumatera Utara
 di -
 Tempat

Dengan hormat,

Bersama ini kami berharap Bapak/Ibu berkenan memberikan izin dan kesempatan kepada mahasiswa kami untuk melaksanakan pengambilan data penelitian di lingkungan Prodi Kewirausahaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara sebagai bagian dari penyusunan tugas akhir. Adapun data diri mahasiswa yang dimaksud adalah sebagai berikut:

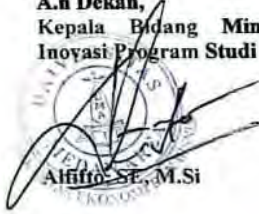
Nama : Fadilah Laili Frastiwi
 NPM : 228320073
 Program Studi : Manajemen
 Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Mahasiswa tersebut akan melaksanakan penelitian dengan judul "Pengaruh Penggunaan Media Sosial, Self Efficacy, dan Kreativitas Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Kewirausahaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara" Kegiatan pengumpulan data akan berlangsung di Prodi Kewirausahaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara. Penelitian ini bersifat akademik dan ditujukan untuk penyusunan skripsi sebagai salah satu syarat kelulusan program Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.

Sehubungan dengan hal tersebut, kami sangat mengharapkan dukungan Bapak/Ibu dalam memfasilitasi proses pengambilan data yang diperlukan. Selain itu, apabila proses penelitian telah selesai, kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk menerbitkan Surat Keterangan yang menyatakan bahwa mahasiswa yang bersangkutan telah menyelesaikan kegiatan pengumpulan data di tempat Bapak/Ibu Pimpin.

Demikian surat ini kami sampaikan. Atas perhatian dan kerja sama yang baik, kami ucapkan terima kasih.

A.n Dekan,
 Kepala Bidang Minat Bakat dan
 Inovasi Program Studi Manajemen


 Alifia S. M. Si





Lampiran 4. Surat Telah Selesai Penelitian



Universitas Sumatera Utara
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Alamat
Jalan Prof. T.M. Hanafiah, SH, Kampus USU,
Padang Bulan, Kec. Medan Baru, Kota Medan,
Sumatera Utara 20155

Email :
feh@usu.ac.id
Telepon :
(061) 6218532
(061) 6214545
Fax : (061) 6218532

SURAT KETERANGAN
Nomor : 213/ UN5.2.5.D1/PT.01.04/2026

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara di Medan, dengan ini menerangkan bahwa:

Nama	: Fadilah Laili Frastiwi
NPM	: 228320073
Judul Proposal Penelitian	: "Pengaruh Penggunaan Media Sosial, <i>Self Efficacy</i> , dan Kreativitas Terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Kewirausahaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara"

Benar bahwa mahasiswa tersebut telah selesai melakukan penelitian di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara yang dilaksanakan dari tanggal 10 Desember 2025 s/d 10 Januari 2026 dengan memenuhi peraturan administrasi yang berlaku di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sumatera Utara.

Demikian Surat Keterangan ini diperbuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Medan, 13 Januari 2026

An. Dekan
Wakil Dekan I


 Dr. Amlis Syahputra Silalahi, SE., M.Si.
 NIP. 196604061993031013