

ABSTRAK
**PENGARUH PEMAHAMAN *SOCIAL MEDIA ADS* DAN
MARKETPLACE TERHADAP MINAT WIRAUSAHA
MAHASISWA DI SETOR UMKM
(SURVEI KEPADA MAHASISWA PENDIDIKAN EKONOMI FKIP
UNIVERSITAS PASUNDAN ANGKATAN 2017, 2018, DAN 2019)**

Rachmawati Sagara Putri
Pembimbing: Prof. Dr. H. Rully Indrawan, M.Si
Saiful Almujab, S.Pd., M.Pd.

Pemahaman *Social Media Ads* dan *Marketplace* berpengaruh terhadap minat mahasiswa berwirausaha di sektor UMKM. Masih banyak orang yang belum mengerti atau memahami iklan media sosial ini. Pemahaman mengenai *Social Media Ads* akan memiliki kegunaan dan manfaat yang sangat penting bagi kegiatan usaha terutama pada kegiatan promosi atau pemasangan iklan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pemahaman *social media ads* dan *marketplace* terhadap minat wirausaha mahasiswa disektor UMKM pada angkatan 2017, 2018, dan 2019. Analisis korelasi dilakukan untuk mengetahui pengaruh pemahaman *social media ads* dan *marketplace* sebagai variabel bebas, terhadap minat wirausaha mahasiswa sebagai variabel terikat. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah angket dan studi dokumentasi dengan jumlah sampel sebanyak 163 mahasiswa. Analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linear berganda dengan pengolahan data menggunakan SPSS versi 25. Hasilnya menunjukkan bahwa Variabel *Social Media Ads* (X1), Variabel *marketplace* (X2) dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,050$ (nilai toleransi α) berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Wirausaha Mahasiswa (Y). Hipotesis yang didapat dari hasil Uji F berpengaruh terhadap X₁ dan X₂ secara simultan terhadap Y sebesar $0,000 < 0,050$.

Kata kunci: *social media ads*, *marketplace*, minat wirausaha mahasiswa

ABSTRACT
**THE INFLUENCE OF UNDERSTANDING SOCIAL MEDIA ADS
AND MARKETPLACES ON STUDENT ENTREPRENEURIAL
INTERESTS IN MSME DEPOSIT**
**(SURVEY WITH STUDENT ECONOMIC EDUCATION FACULTY
OF TEACHER TRAINING AND EDUCATION PASUNDAN
UNIVERSITY IN THE CLASS OF 2017, 2018, AND 2019)**

Rachmawati Sagara Putri
Mentor: Prof. Dr. H. Rully Indrawan, M.Si
Saiful Almujab, S.Pd., M.Pd.

Knowledge about Social Media Ads and Marketplace affect on student interest in entrepreneurship in the MSME sector. There are still many people who do not understand about social media advertisement. Knowing Social Media Ads will have important uses and benefits for business activities, especially in promotional activities or advertising. This study aims to find out the influence of understanding social media ads and marketplaces on the entrepreneurial interests of students in the MSME sector in the class of 2017, 2018, and 2019. Correlation analysis was conducted to determine the influence of understanding social media ads and marketplaces as independent variables, on student entrepreneurial interests as dependent variables. The data collection techniques used are questionnaires and documentation studies with a sample number of 163 students. Data analysis used is multiple linear regression analysis with data processing using SPSS version 25. The results show that the Social Media Ads variable (X1), marketplace variable (X2) with a significance value of $0.000 < 0.050$ (tolerance value α) has a significant effect on Entrepreneurial Interest. Student (Y). The hypothesis obtained from the results of the F test has an effect on X1 and X2 simultaneously on Y by $0.000 < 0.050$ rejected and H_a is accepted, meaning that partially the marketplace variable (X2) significantly affects Student Entrepreneurial Interest (Y). The results regarding the hypothesis test results of the test f based on the above output are known significant values for the simultaneous influence of X1 and X2 on Y are $0.000 < 0.05$ and the value F calculates $53,889 > F$ tables 3.05, so it can be concluded that H_3 is accepted which means there is an effect of X1 and X2 simultaneously.

Keywords: social media ads, marketplaces, student entrepreneurial interests

RINGKESAN
PANGARUH PAMAHAMAN *SOCIAL MEDIA ADS* SARENG
***MARKETPLACE* PIKEUN MINAT WIRUSAHA MAHASISWA**
DINA SETOR UMKM
(SURVEI KA MAHASISWA PENDIDIKAN EKONOMI FKIP
UNIVERSITAS PASUNDAN ANGKATAN 2017, 2018, JEUNG 2019)

Rachmawati Sagara Putri
Pembimbing: Prof. Dr. H. Rully Indrawan, M.Si
Saiful Almujab, S.Pd., M.Pd.

Pamahaman *Social Media Ads* sareng *Marketplace* pikeun pangaruh minat mahasiswa berwirausaha dikanca UMKM. Rea jelema anu teu acan ngartos atawa paham sangkan ngagunakeun pariwara media sosial ieu. Pamahaman ngeunaan *Social Media Ads* gaduh kagunaan sareng manpaat anu penting pikeun kagiatan usaha utamana dina kagiatan pamasaran atawa pamasangan piwara. Panalitian ieu ngagaduhan tujuan kanggo uninga dina pangaruh pamahaman social media ads sareng marketplace pikeun minat wirausaha mahasiswa dikanca UMKM dina angkatan 2017, 2018, sareng 2019. Analisis korelasi dipigawe pikeun ngauningakeun pangaruh pamahaman *social media ads* sareng *marketplace* minangka variabel bebas, pikeun minat wirausaha mahasiswa minangka variabel terikat. Teknik pangumpulan data anu digunakeun nyaeta angket sareng studi dokumentasi anu jumlah sampelna saloba 163 mahasiswa. Analisis data anu digunakeun nyaeta analisis regresi linear berganda kalawan pangolahan data ngagunakeun SPSS versi 25. Hasilna ngauningakeun yen Variabel *Social Media Ads* (X1), Variabel *marketplace* (X2) kalawan nilai signifikansi $0,000 < 0,050$ (nilai toleransi α) ngaruh sacara signifikan ka Minat Wirausaha Mahasiswa (Y). Hipotesis anu dipibanda tina hasil Uji F ngaruh kalawan X1 sareng X2 sacara simultan pikeun Y saloba $0,000 < 0,050$.

Sangkeum konci: social media ads, marketplace, minat wirausaha mahasiswa