

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA EXPOSURE* DAN
ENTREPRENEURIAL SELF-EFFICACY TERHADAP MINAT
BERWIRAUSAHA MAHASISWA**

(Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi

Angkatan 2022-2025)

Oleh,

Jellyta Nur Insan

225020009

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (i) Deskripsi *Social Media Exposure* Pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi. (ii) Deskripsi *Entrepreneurial Self-Efficacy* Pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi. (iii) Deskripsi Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi. (iv) Pengaruh *Social Media Exposure* Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. (v) Pengaruh *Entrepreneurial Self-Efficacy* Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. (vi) Pengaruh *Social Media Exposure* Dan *Entrepreneurial Self-Efficacy* Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. Latar belakang studi ini berangkat dari fenomena Banyak konten yang menonjolkan keberhasilan instan tanpa menampilkan proses yang sebenarnya, sehingga mahasiswa cenderung memiliki persepsi keliru mengenai bagaimana membangun usaha secara mandiri. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survey. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dan wawancara. Adapun analisis data yang digunakan yaitu regresi linier berganda dengan bantuan *software IBM SPSS 27 for windows*. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa: (i) *Social Media Exposure* memiliki rata-rata sebesar 3,65 dalam kategori Tinggi. (ii) *Entrepreneurial Self-Efficacy* memiliki rata-rata sebesar 3,62. dalam kategori Tinggi. (iii) Hasil uji regresi menunjukkan angka 0.008. Koefisien determinasi sebesar 73,0%. Pada hasil uji hipotesis menyatakan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, maka *Social Media Exposure* Dan *Entrepreneurial Self-Efficacy* Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. Adapun akhir dari penelitian ini penulis sampaikan saran kepada : (i) Bagi Pembaca diharapkan dapat memanfaatkan media sosial secara bijak sebagai sumber informasi kewirausahaan serta meningkatkan kepercayaan diri, kreativitas, dan kemampuan dalam melihat peluang usaha. (ii) Perguruan tinggi diharapkan meningkatkan pembelajaran kewirausahaan melalui praktik bisnis, pelatihan, inkubasi usaha, mentoring, dan pemanfaatan media sosial untuk memperkuat *Entrepreneurial Self-Efficacy* mahasiswa. (iii) Peneliti selanjutnya diharapkan mengembangkan penelitian dengan menambahkan variabel lain, memperluas karakteristik responden, serta menggunakan objek dan metode penelitian berbeda untuk memperoleh hasil yang lebih komprehensif.

Kata Kunci : *Social Media Exposure*, *Entrepreneurial Self-Efficacy*, Minat Berwirausaha Mahasiswa

***“THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA EXPOSURE AND
ENTREPRENEURIAL SELF-EFFICACY ON STUDENTS’
ENTREPRENEURIAL INTENTION”***

***“(A Case Study of Students in the Economic Education Study Program, Cohorts
of 2022–2025)”***

By,

Jellyta Nur Insan

225020009

ABSTRACT

This study aims to determine: (i) the description of Social Media Exposure among students of the Economic Education Study Program; (ii) the description of Entrepreneurial Self-Efficacy among students of the Economic Education Study Program; (iii) the description of students’ Entrepreneurial Intention; (iv) the effect of Social Media Exposure on students’ Entrepreneurial Intention; (v) the effect of Entrepreneurial Self-Efficacy on students’ Entrepreneurial Intention; and (vi) the effect of Social Media Exposure and Entrepreneurial Self-Efficacy on students’ Entrepreneurial Intention. The background of this study is based on the phenomenon that much of the content on Social Media highlights instant success without showing the actual process, which may lead students to develop misconceptions about how to independently build a business. This study employed a quantitative approach using a survey method. Data were collected through questionnaires and interviews. The data were analyzed using multiple linear regression with the assistance of IBM SPSS Statistics 27 for Windows. The results showed that: (i) Social Media Exposure had an average score ranging from 3.65 which was categorized as good; (ii) Entrepreneurial Self-Efficacy had an average score ranging from 3.62, which was categorized as good; (iii) the regression test results showed a significance value of 0.008, with a coefficient of determination of 73.0%. The hypothesis testing results indicated that H_0 was rejected and H_a was accepted, meaning that Social Media Exposure and Entrepreneurial Self-Efficacy have an effect on students’ Entrepreneurial Intention. At the end of this research, the author would like to convey suggestions to: (i) Readers are expected to use Social Media wisely as a source of Entrepreneurial information and to improve their self-confidence, creativity, and ability to identify business opportunities. (ii) Higher education institutions are expected to strengthen entrepreneurship education through business practices, training, business incubation, mentoring, and the utilization of Social Media to enhance students’ Entrepreneurial Self-Efficacy. (iii) Future researchers are expected to develop this study by adding other variables, expanding the characteristics of respondents, and using different research objects and methods to obtain more comprehensive results.

Keywords : Social Media Exposure, Entrepreneurial Self-Efficacy, Entrepreneurial Intention

**PANGARUH SOCIAL MEDIA EXPOSURE JEUNG
ENTREPRENEURIAL SELF-EFFICACY DINA MINAT
WIRAUSAHA MAHASISWA**

(Studi Kasus di Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi

Angkatan 2022-2025)

Ku,

Jellyta Nur Insan

225020009

RINGKESAN

Panalungtikan ieu miboga tujuan pikeun mikanyaho gambaran Social Media Exposure, Entrepreneurial Self-Efficacy, jeung Minat Wirausaha mahasiswa Program Studi Pendidikan Ékonomi, ogé pikeun mikanyaho pangaruh Social Media Exposure jeung Entrepreneurial Self-Efficacy kana Minat Wirausaha mahasiswa. Kasang tukang panalungtikan ieu dumasar kana fénoména réana kontén dina média sosial anu némbongkeun kasuksésan sacara instan tanpa ngajelaskeun prosés anu sabenerna. Hal ieu bisa nyababkeun mahasiswa miboga pamahaman anu kurang luyu ngeunaan prosés ngawangun usaha sacara mandiri. Panalungtikan ieu ngagunakeun pamarekan kuantitatif kalayan métode survéy. Data dikumpulkeun ngaliwatan angkét jeung wawancara, sedengkeun analisis data ngagunakeun régrési liniér berganda kalayan bantuan IBM SPSS 27 for Windows. Hasil panalungtikan nuduhkeun yén Social Media Exposure miboga rata-rata 3,65 anu kaasup katégori hadé, sedengkeun Entrepreneurial Self-Efficacy miboga rata-rata 3,62 anu ogé kaasup katégori hadé. Hasil uji régrési nuduhkeun nilai signifikansi 0,008 jeung koéfisién déterminasi 73,0%. Hasil uji hipotésis nuduhkeun yén H_0 ditolak jeung H_a ditarima, hartina Social Media Exposure jeung Entrepreneurial Self-Efficacy miboga pangaruh kana Minat Wirausaha mahasiswa.. Dina ahir ieu panalungtikan, panulis ngadugikeun sababaraha saran anu dipiharep tiasa janten bahan tinimbangan pikeun....: (i) pikeun pamaca, dipiharep bisa ngamangpaatkeun média sosial sacara wijaksana minangka sumber informasi ngeunaan kewirausahaan sarta ngaronjatkeun rasa percaya diri, kréativitas, jeung kamampuh dina ningali kasempetan usaha; (ii) pikeun perguruan tinggi, dipiharep bisa ngaronjatkeun pangajaran kewirausahaan ngaliwatan prakték bisnis, palatihan, inkubasi usaha, mentoring, jeung ngamangpaatkeun média sosial pikeun nguatkeun Entrepreneurial Self-Efficacy mahasiswa; (iii) pikeun panalungtik satuluyna, dipiharep bisa mekarkeun panalungtikan ku nambahan variabel séjén, ngalegaan karakteristik réspondén, sarta ngagunakeun objék jeung métode panalungtikan anu béda pikeun meunangkeun hasil anu leuwih komprehensif.

Kata Konci : Social Media Exposure, Entrepreneurial Self-Efficacy, Minat Wirausaha Mahasiswa