

SKRIPSI

**PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN GAYA HIDUP TERHADAP
MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA EKONOMI
SYARIAH IAIN METRO**

Oleh:

**AMARA
NPM. 2103013001**



**Program Studi Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
1447 H / 2025 M**

**PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN GAYA HIDUP TERHADAP
MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA EKONOMI
SYARIAH IAIN METRO**

Diajukan untuk memenuhi Tugas dan Memenuhi sebagian syarat
memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:

AMARA
NPM. 2103013001

Pembimbing: Diana Ambarwati, M.E.Sy

Program Studi Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1447 H / 2025 M**



**KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax.(0725) 47296 Website: www.syariah.metrouniv.ac.id;
e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

NOTA DINAS

Nomor : -
Lampiran : 1 (Satu) Berkas
Perihal : **Pengajuan permohonan untuk dimunaqosyahkan**

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Metro
di-

Tempat

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Setelah kami adakan pemeriksaan dan bimbingan seperlunya maka skripsi yang disusun oleh:

Nama : AMARA
NPM : 2103013001
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN GAYA HIDUP
TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA
EKONOMI SYARIAH IAIN METRO

Sudah saya setuju dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Metro untuk dimunaqosyahkan

Demikian harapan kami dan atas perhatiannya saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Metro, 02 Juni 2025
Dosen Pembimbing

Dr. Diana Ambarwati, M.E.Sy
NIP. 198109162023212017

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN GAYA HIDUP
TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA
EKONOMI SYARIAH IAIN METRO

Nama : AMARA
NPM : 2103013001
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi : Ekonomi Syariah

MENYETUJUI

Untuk dimunaqosyahkan dalam sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro

Metro, 02 Juni 2025
Dosen Pembimbing



Dr. Diana Ambarwati, M.E.Sy
NIP. 198109162023212017



**KEMENTERIAN AGAMA REPULIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 Alingmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47290 Website www.metrouniv.ac.id E-mail iaimetro@metrouniv.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

No: B-1923/In-28.3/D/PP-009/07/2025

Skripsi dengan Judul: PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN GAYA HIDUP TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA EKONOMI SYARIAH IAIN METRO, disusun oleh: Amara, NPM: 2103013001, Prodi: Ekonomi Syariah, telah diujikan dalam Sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/tanggal: Selasa/17 Juni 2025.

TIM PENGUJI:

Ketua/Moderator : Dr. Diana Ambarwati, M.E.Sy.

Penguji I : Era Yudistira, M.Ak.

Penguji II : Misfi Laili Rohmi, M.Si.

Sekretaris : Alfiansyah Imanda Putra, M.Kom

(.....)
(.....)
(.....)
(.....)

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Dri Santoso, M.H.
NIP. 19670316 199503 1 001

ABSTRAK

PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN GAYA HIDUP TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA EKONOMI SYARIAH IAIN METRO

Oleh:

**AMARA
NPM. 2103013001**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh media sosial dan gaya hidup terhadap minat berwirausaha mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Metro. Latar belakang penelitian didasari oleh meningkatnya penggunaan media sosial di kalangan mahasiswa yang belum sepenuhnya dimanfaatkan untuk kegiatan produktif, serta gaya hidup konsumtif yang dapat menghambat tumbuhnya jiwa wirausaha. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner kepada 378 mahasiswa aktif. Data dianalisis menggunakan uji validitas, reliabilitas, regresi linier berganda, uji t, dan uji F dengan bantuan software SPSS versi 25. Hasil analisis menunjukkan bahwa media sosial berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha (nilai signifikansi $0,026 < 0,05$), sementara gaya hidup tidak berpengaruh secara signifikan secara parsial (nilai signifikansi $0,325 > 0,05$). Namun, secara simultan keduanya berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha (F hitung $3,023 > F$ tabel $3,02$). Kesimpulan dari penelitian ini adalah media sosial dapat menjadi sarana yang efektif dalam menumbuhkan minat berwirausaha mahasiswa, sedangkan gaya hidup konsumtif perlu diarahkan agar lebih mendukung kegiatan kewirausahaan. Penelitian ini merekomendasikan pemanfaatan media sosial secara produktif dalam program kewirausahaan serta edukasi untuk membentuk gaya hidup yang lebih produktif dan visioner.

Kata Kunci: *Media Sosial, Gaya Hidup, Minat Berwirausaha, Mahasiswa, Ekonomi Syariah.*

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Amara
NPM : 2103013001
Prodi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah asli hasil penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, 17 Juni 2025
Yang menyatakan



Amara
NPM. 2103013001

MOTTO

لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا لَهَا مَا كَسَبَتْ وَعَلَيْهَا مَا اكْتَسَبَتْ رَبَّنَا لَا تُؤَاخِذْنَا إِنْ
نَسِينَا أَوْ أَخْطَأْنَا رَبَّنَا وَلَا تَحْمِلْ عَلَيْنَا إَصْرًا كَمَا حَمَلْتَهُ عَلَى الَّذِينَ مِنْ قَبْلِنَا رَبَّنَا وَلَا
تَحْمِلْنَا مَا لَا طَاقَةَ لَنَا بِهِ ۖ وَاعْفُ عَنَّا وَارْحَمْنَا أَنْتَ مَوْلَانَا فَانصُرْنَا عَلَى
الْقَوْمِ الْكَافِرِينَ ﴿٢٨٦﴾

Artinya: "Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya. Ia mendapat pahala (dari kebajikan) yang diusahakannya dan ia mendapat siksa (dari kejahatan) yang dikerjakannya. (Mereka berdoa): "Ya Tuhan kami, janganlah Engkau hukum kami jika kami lupa atau kami tersalah. Ya Tuhan kami, janganlah Engkau bebankan kepada kami beban yang berat sebagaimana Engkau bebankan kepada orang-orang sebelum kami. Ya Tuhan kami, janganlah Engkau pikulkan kepada kami apa yang tak sanggup kami memikulnya. Beri maaflah kami; ampunilah kami; dan rahmatilah kami. Engkaulah Penolong kami, maka tolonglah kami terhadap kaum yang kafir", (Q.S Al – Baqarah: 286)

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan puji dan syukur kepada Allah SWT yang Maha Pengasih dan Penyayang, maka skripsi ini saya persembahkan kepada para pihak yang telah memberikan perhatian dan motivasi yang luar biasa selama ini sebagai ungkapan rasa hormat dan terimakasih :

1. Cinta Pertama Dan Panutanku, Amahku Abdul Majid terimakasih atas segala pengorbanan yang tak ada hentinya, berjuang tak ada kata menyerah, kasih sayang yang luar biasa diberikan dan telah mendidik peneliti sejak kecil hingga tumbuh dewasa senantiasa selalu memberi do'a yang terbaik untuk peneliti dan selalu memberi motivasi dan semangat yang luar biasa di perjalanan hidup peneliti selama ini. Karena amah berperan penting dalam hidup peneliti sampai kapanpun, berkat amah lah peneliti bisa menyelesaikan studinya hingga sarjana
2. Pintu Surgaku Ibunda Ema Yulia Terimakasih Berkat Doa paling mustajabnya yang tak pernah putus karena sepertinya sangat mustahil peneliti mampu menyelesaikan permasalahan yang peneliti alami selama ini tanpa campur tangan doa, ridho dan dukungan dari bunda. Terimakasih atas nasehat yang di berikan kepada peneliti meski kadang pemikiran kita tidak sejalan. Terimakasih atas cinta kasih sayang, pengorbanan yang bunda berikan sehingga peneliti mampu menyelesaikan studinya hingga sarjana
3. Kakakku Tersayang Ega Majisa dan Riski Verda Elisa dan juga adekku Ahmad Iqbal, Fiki Arnando terimakasih sudah memberi do'a dan semangat serta perhatian dan selalu membantu kesulitan peneliti dalam perjalanan studynya sekali lagi terimakasih sudah selalu ada buat peneliti disaat suka maupun duka. Dosen Pembimbing Ibu Dr. Diana Ambarwati, M.E.Sy yang telah membimbing, mengarahkan, memberi ilmu serta motivasi penyusunan dalam menyelesaikan skripsi.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT, atas taufik, rahmat dan hidayah, Nya sehingga penelitian dapat menyelesaikan penelitian skripsi ini. Penelitian Proposal skripsi ini adalah salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan program Strata Satu (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro guna memperoleh gelar S.E

Sebagai upaya dalam penyelesaian skripsi ini, peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karenanya peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Ida Umami, M.Pd., Kons., selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Metro.
2. Bapak Dr. Dri Santoso, M.H., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro
3. Bapak M. Mujib Baidhowi, M.E., selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah dan sekaligus pembimbing skripsi yang telah memberikan izin peneliti mengangkat judul tersebut dan memberikan bimbingan yang sangat berharga kepada peneliti.
4. Ibu Thoyibatun Nisa, M.Akt. selaku Pembimbing Akademik
5. Ibu Diana Ambarwati, M.E., Sy. selaku Pembimbing yang telah memberi bimbingan yang sangat berharga dalam mengarahkan dan memberikan motivasi kepada peneliti
6. Bapak dan Ibu Dosen/Karyawan IAIN Metro yang telah menyediakan waktu dan fasilitasnya guna menyelesaikan penelitian skripsi ini

Semoga amal baik yang telah diberikan dalam penelitian skripsi ini dapat dibalas oleh Allah SWT. Peneliti sadar bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna mengingat keterbatasan kemampuan peneliti, karena kesempurnaan hanya milik Allah SWT. Peneliti harapkan karya sederhana ini dapat memberikan sedikit manfaat bagi siapa saja yang membacanya, Aamiin

Metro, 18 Desember 2024
Peneliti,



AMARA
NPM 2103013001

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
NOTA DINAS.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
ABSTRAK	vi
ORISINALITAS PENELITIAN.....	vii
MOTTO	viii
PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Batasan Masalah	7
D. Rumusan Masalah	7
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	8
F. Penelitian Relevan	8

BAB II LANDASAN TEORI

A. Media Sosial.....	12
1. Pengertian Media Sosial.....	12
2. Jenis-Jenis Media Sosial	13
3. Indikator Media Sosial	14
4. Peran Media Sosial.....	15

B. Gaya Hidup	16
1. Pengertian Gaya Hidup	16
2. Indikator Gaya Hidup.....	17
3. Faktor yang Mempengaruhi Gaya Hidup.....	17
C. Minat Berwirausaha	19
1. Pengertian Minat Berwirausaha	19
2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha.....	20
3. Indikator Minat Berwirausaha	21
D. Kerangka Berpikir	22
E. Hipotesis Penelitian.....	22

BAB III METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian	24
B. Defenisi Operasional Variabel	25
C. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling	26
D. Teknik Pengumpulan Data	27
E. Instrumen Penelitian	28
F. Teknik Analisis Data	29

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Lokasi Penelitian	34
1. Lokasi Dan Sejarah IAIN Metro	34
2. Visi dan Misi IAIN Metro.....	35
B. Profil Responden Penelitian.....	36
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	36
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	37
C. Hasil Analisis Data	
1. Uji Instrumen	38
2. Uji Asumsi Klasik.....	46
3. Analisis Regresi Berganda	50
D. Pengaruh Media Sosial dan Gaya Hidup Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Metro.....	58

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	61
B. Saran.....	62

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR GAMBAR

3. Gambar 2.1: Kerangka Berpikir	20
--	----

DAFTAR TABEL

1. Tabel 1.1: Data <i>Pra-Survey</i>	4
2. Tabel 3.1: Definisi Operasional Variabel.....	23
3. Tabel 3.2: Jenis Instrumen	28

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi khususnya media sosial telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk di dunia kewirausahaan. Media sosial kini berfungsi tidak hanya sebagai *platform* untuk berinteraksi sosial, Tetapi juga sebagai alat yang efektif untuk mempromosikan produk dan jasa.¹ Internet merupakan produk teknologi yang banyak dimanfaatkan oleh masyarakat. Internet dapat memunculkan jenis interaksi sosial baru yang berbeda dengan interaksi sosial sebelumnya. Masyarakat dimasa lalu berinteraksi dengan cara *face to face communication*, lalu pada zaman sekarang masyarakat sudah berinteraksi didunia maya atau melalui interaksi sosial *online*.²

Media sosial tidak hanya digunakan sebagai alat komunikasi dan hiburan, tetapi juga telah berkembang menjadi sarana yang potensial dalam dunia bisnis, termasuk kewirausahaan. Menurut Mangold & Faulds, Bagi mahasiswa, media sosial memberikan akses luas terhadap informasi, jaringan bisnis, serta peluang untuk memasarkan produk atau jasa secara efektif dan efisien.³ Hal ini

¹ Amsal Sahban, M, Pengaruh Media Sosial dan Teknologi Digital Terhadap Minat Berwirausaha di Kalangan Mahasiswa Manajemen Bisnis, *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*, Vol: 7 No:3, (2024), hlm, 103–104.

² Shiefti Dyah Alyusi, *Media Sosial: Interaksi, Identitas dan Modal Sosial*. (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2016), hlm. 36.

³ Mangold, W. G., & Faulds, D. J. (2009). *Social media: The new hybrid element of the promotion mix*. *Business Horizons*, 52(4), 357–365

menjadi peluang yang signifikan dalam mendorong minat berwirausaha di kalangan generasi muda.

Pemanfaatan media sosial dalam konteks kewirausahaan memberikan sejumlah keuntungan, seperti kemudahan dalam mempromosikan produk tanpa biaya besar, jangkauan pasar yang luas, serta fleksibilitas waktu dalam menjalankan usaha. Dalam lingkungan perguruan tinggi, tren ini semakin berkembang seiring dengan banyaknya mahasiswa yang mulai menjajaki dunia usaha melalui platform seperti Instagram, TikTok, Facebook, hingga marketplace digital. Menurut Prasetyo, R. A., et al, meskipun peluang berwirausaha semakin terbuka, masih banyak mahasiswa yang belum memanfaatkan media sosial secara optimal untuk kegiatan produktif. Sebagian besar dari mereka justru lebih banyak menggunakan media sosial untuk aktivitas konsumtif, hiburan, dan konten yang tidak menunjang pengembangan diri .⁴

Menurut Plummer Selain media sosial, gaya hidup mahasiswa di era modern juga turut memengaruhi minat berwirausaha. Gaya hidup merupakan pola hidup individu yang tercermin dari aktivitas, minat, dan opini (AIO), dan sangat dipengaruhi oleh perkembangan teknologi serta akses digital yang tinggi⁵. Sedangkan dalam penelitian yang dilakukan Wijayanti & Prasetyo, Gaya hidup mahasiswa saat ini cenderung dipengaruhi oleh teknologi digital, seperti penggunaan gawai, media sosial, dan layanan digital yang mengedepankan

⁴ Prasetyo, R. A., Anjani, N. F., & Wibowo, A. (2022). Pengaruh penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 22(1), 13–21.

⁵Plummer, J. T. (1974). *The concept and application of lifestyle segmentation*. *Journal of Marketing*, 38(1), 33–37. <https://doi.org/10.2307/1250198>

kemudahan serta kecepatan akses. Di satu sisi, gaya hidup digital ini memudahkan mahasiswa dalam memperoleh informasi dan menjalankan aktivitas kewirausahaan secara online. Namun di sisi lain, gaya hidup yang konsumtif dan hedonis juga dapat mengurangi keinginan untuk mandiri secara ekonomi dan membangun usaha sendiri.⁶

﴿قَوَامًا ذَلِكَ بَيْنَ وَكَانَ يَقْتَرُوا وَلَمْ يُسْرِفُوا لَمْ أَنْفَقُوا إِذَا وَالَّذِينَ﴾

“ Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebih-lebihan dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian.”(QS. Al-Furqan: 67)⁷

Dalam al-Quran Surat Al-Furqan Ayat ini memberikan arahan agar setiap individu, termasuk mahasiswa, mampu mengatur pola hidupnya secara seimbang, tidak boros dan tidak pula kikir. Dalam konteks penelitian ini, gaya hidup bijak berperan penting dalam mendorong mahasiswa untuk tidak hanya fokus pada konsumsi, tetapi juga pada aspek produktif seperti kewirausahaan. Gaya hidup yang terarah dapat memunculkan kesadaran akan pentingnya menciptakan nilai ekonomi melalui usaha mandiri

Realitas ini menunjukkan adanya kontradiksi: di satu pihak terdapat potensi besar melalui media sosial dan teknologi digital untuk berwirausaha, namun di sisi lain terdapat kecenderungan mahasiswa yang belum siap secara mental maupun keterampilan untuk memulai usaha. Padahal, pengembangan minat berwirausaha di kalangan mahasiswa sangat penting untuk menciptakan

⁶Wijayanti, A., & Prasetyo, T. A. (2017). Minat berwirausaha ditinjau dari gaya hidup dan efikasi diri mahasiswa. *Jurnal Psikologi Ulayat*, 4(2), 109–121.

⁷<https://quran.nu.or.id/al-furqan/67>

lulusan yang mandiri, inovatif, dan mampu menciptakan lapangan kerja di tengah persaingan kerja yang semakin ketat.

Berdasarkan Theory of Planned Behavior dari Ajzen , minat untuk melakukan suatu tindakan, termasuk berwirausaha, dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Media sosial dan gaya hidup dapat membentuk ketiga aspek ini dalam diri mahasiswa. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji sejauh mana pemanfaatan media sosial dan pengaruh gaya hidup digital terhadap minat berwirausaha mahasiswa, khususnya di lingkungan perguruan tinggi yang memiliki peran strategis dalam menumbuhkan jiwa wirausaha⁸.

Tarmudji menjelaskan bahwa wirausaha secara etimologi asal katanya wira dan usaha, kata wira artinya pedoman yang berarti patut menjadi contoh. Adapun usaha artinya upaya atau berkeinginan tinggi dalam mendapatkan manfaatnya. Maka dapat di artikan wirausaha adalah seorang yang memiliki upaya dan berkeinginan tinggi dalam melaksanakan kegiatan yang memiliki manfaat dan harus dijadikan teladan hidup. Dalam mewujudkan diri menjadi seseorang wirausahawan yang sukses, maka perlu memiliki tekad dan kemauan yang tinggi dalam menggapai target usaha.⁹

Wirausaha memiliki peran yang semakin krusial dalam mendukung pertumbuhan ekonomi dan menciptakan peluang kerja baru. Meski demikian, menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS), tingkat *entrepreneurship* di Indonesia masih tergolong rendah jika dibandingkan dengan negara-negara

⁸ Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)

⁹ T, Tarmudji, *Prinsip-Prinsip Wirausaha*, (Penerbit: Liberty Yogyakarta, 2016), hlm, 178.

maju. Kondisi ini mencerminkan adanya tantangan dalam menumbuhkan semangat wirausaha di tengah masyarakat, terutama di kalangan generasi muda.¹⁰

كثِيرًا اللَّهُ وَادْكُرُوا اللَّهَ فَضْلٍ مِّنْ وَابْتِغُوا الْأَرْضَ فِي فَاَنْتَشِرُوا الصَّلَاةُ قُضِيَتْ ذَا
تُفْلِحُونَ لَعَلَّكُمْ

"Apabila salat telah ditunaikan, maka bertebaranlah kamu di bumi dan carilah karunia Allah, dan ingatlah Allah banyak-banyak agar kamu beruntung.

(QS. Al-Jumu'ah: 10)¹¹

Dalam Al-Quran Surat Al-Jumu'ah ayat ini menunjukkan bahwa setelah menunaikan kewajiban ibadah, umat Islam didorong untuk aktif mencari rezeki dan bekerja keras. Kegiatan wirausaha merupakan salah satu bentuk upaya dalam mencari karunia Allah dengan cara yang halal dan produktif. Dalam konteks mahasiswa, ayat ini menjadi motivasi untuk membangun kemandirian ekonomi sejak dini melalui pengembangan usaha yang sesuai dengan nilai-nilai Islam.

Salah satu tantangan yang dihadapi oleh mahasiswa khususnya mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Metro adalah kurangnya pengetahuan tentang cara efektif menggunakan media sosial untuk tujuan bisnis. Banyak mahasiswa yang masih menggunakan media sosial hanya untuk hiburan dan interaksi sosial tanpa menyadari potensi bisnis yang ada. Oleh karena itu,

¹⁰ T, Tarmudji, *Prinsip-Prinsip Wirausaha*, (Penerbit: Liberty Yogyakarta, 2016), hlm, 179.

¹¹ <https://quran.nu.or.id/al-jumu'ah/10>

penting bagi institusi pendidikan untuk memberikan pelatihan dan edukasi tentang kewirausahaan melalui media sosial.

Pra-survey yang peneliti lakukan dari total 185 responden yang merupakan mahasiswa aktif IAIN Metro. Dibawah ini merupakan hasil *Pra-Survey* yang telah peneliti lakukan berkaitan dengan Pengaruh Media Sosial Dan Gaya Hidup Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Ekonomi Syariah Iain Metro, sebagai berikut:

Tabel 1.1
Data *Pra-survey* Kepada Mahasiswa Angkatan 2021-2022

No.	Keterangan	Jumlah
1	Responden Menggunakan Media Sosial untuk berwirausaha	30
2	Responden Tidak Menggunakan Media Sosial untuk berwirausaha	155
Total Responden		185

Berdasarkan data yang telah disajikan hasil survey tersebut menunjukkan bahwa sebanyak Berdasarkan data distribusi frekuensi jawaban indikator media sosial, dapat diinterpretasikan bahwa sebagian besar responden memberikan penilaian pada interval 19-25, yakni sebanyak pernyataan atau sebesar 84% dari total keseluruhan tanggapan. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan tanggapan dalam kategori cukup tinggi terhadap indikator media sosial.

Selanjutnya, terdapat 59 pernyataan atau 14% yang mencerminkan penilaian dalam kategori sedang. Kemudian, sebanyak 1 pernyataan atau 0%

termasuk dalam interval 5-11, , yang termasuk dalam kategori rendah, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat penilaian sangat rendah dari responden.

B. Hasil wawancara pra-survei yang dilakukan terhadap tiga orang mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa menyadari potensi besar media sosial dalam menunjang aktivitas berwirausaha. Salah satu responden, Reni Oktaviani, menyampaikan bahwa ia pernah menggunakan Instagram dan WhatsApp untuk menjual produk seperti skincare dan makanan ringan. Ia mengakui bahwa media sosial memudahkan dalam menjangkau konsumen dan mengurangi biaya promosi. Hal serupa juga diungkapkan oleh Ayu Lestari, yang menyebut bahwa media sosial seperti TikTok Shop sangat efektif digunakan oleh teman-temannya dalam membangun usaha sejak kuliah. Namun demikian, tidak semua mahasiswa memiliki minat yang sama dalam memanfaatkan media sosial untuk kegiatan wirausaha. Responden lainnya, Dimas Prasetya, menyatakan bahwa ia tidak tertarik menggunakan media sosial sebagai sarana berwirausaha. Menurutnya, meskipun media sosial menawarkan peluang yang besar, ia merasa belum memiliki keterampilan digital yang memadai, serta mengkhawatirkan dampak negatif seperti kecanduan dan distraksi dari kegiatan akademik. Dimas lebih memilih fokus pada studi dan merencanakan wirausaha secara konvensional setelah lulus kuliah.

Namun demikian, wawancara juga mengungkapkan bahwa gaya hidup mahasiswa saat ini belum sepenuhnya mendukung pola pikir wirausaha yang produktif. Gaya hidup konsumtif masih menjadi kendala, sebagaimana disampaikan oleh Ayu bahwa dirinya kerap kali menghabiskan uang untuk belanja online dan mengikuti tren digital. Hal ini diperkuat oleh pernyataan Dimas Prasetya yang mengakui bahwa meskipun ia belum pernah berjualan secara langsung, ia merasa termotivasi untuk berwirausaha setelah melihat banyak konten inspiratif di media sosial. Ketiga responden pada dasarnya menunjukkan minat berwirausaha, namun mereka juga menyadari perlunya dukungan berupa pelatihan, modal, dan pembinaan dari institusi pendidikan agar potensi tersebut dapat dikembangkan secara optimal.

Temuan pra-survei ini memperkuat dugaan bahwa media sosial memiliki peran strategis dalam membentuk minat berwirausaha mahasiswa, namun gaya hidup yang kurang produktif masih menjadi tantangan tersendiri. Oleh karena itu, penting bagi perguruan tinggi untuk merancang pendekatan pendidikan kewirausahaan yang kontekstual, berbasis digital, dan mampu menyesuaikan diri dengan karakter serta kebiasaan mahasiswa masa kini.

Peneliti menyimpulkan bahwa meskipun hanya sebagian kecil mahasiswa yang menggunakan media sosial untuk berjualan, dampaknya terhadap minat berwirausaha tetap signifikan. Artinya, penggunaan media sosial sebagai alat bisnis, meski terbatas, memiliki pengaruh yang cukup kuat dalam menumbuhkan minat kewirausahaan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis lebih dalam mengenai bagaimana gaya hidup mahasiswa yang terpengaruh oleh media sosial dapat mendorong atau justru menghambat minat berwirausaha. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru dalam mengembangkan potensi kewirausahaan di kalangan mahasiswa Ekonomi Syariah khususnya di IAIN Metro. Fokus utama dari penelitian ini adalah mengeksplorasi hubungan antara penggunaan media sosial, gaya hidup, dan minat berwirausaha, guna menemukan strategi efektif dalam memanfaatkan media sosial sebagai peluang bisnis bagi generasi muda. Maka, peneliti ingin melaksanakan penelitian untuk mengetahui bagaimanakah pengaruh media sosial dan gaya hidup terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul: *"Pengaruh Media Sosial dan Gaya Hidup Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Metro"*

C. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka peneliti mengidentifikasi masalah penelitian ini yaitu:

1. Minat berwirausaha mahasiswa Ekonomi Syariah di IAIN Metro cenderung sedikit dimana pada hasil pra survey terdapat hasil 14%.
2. Mayoritas mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Metro memanfaatkan media sosial untuk menunjang gaya hidup saja dimana terbukti di hasil pra survey dimana hasil yang didapat 86%.

D. Batasan Masalah

Media sosial dalam hal ini mencakup platform seperti Instagram, WhatsApp, TikTok, dan Facebook yang sering digunakan mahasiswa dalam kehidupan sehari-hari. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga menjadi sarana yang efektif untuk mempromosikan dan menjual produk. Banyak mahasiswa mulai memanfaatkannya untuk memulai usaha karena kemudahannya dalam menjangkau konsumen dan biaya promosi yang rendah.

Sementara itu, gaya hidup mencerminkan kebiasaan dan pola hidup mahasiswa, seperti cara mengelola waktu, uang, serta pilihan dalam mengikuti tren. Gaya hidup yang produktif, mandiri, dan berorientasi pada masa depan dapat mendorong minat berwirausaha. Sebaliknya, gaya hidup konsumtif dan kurang disiplin bisa menjadi penghambat.

Oleh karena itu, penelitian ini ingin mengetahui apakah penggunaan media sosial dan pola gaya hidup mahasiswa benar-benar berpengaruh terhadap minat mereka untuk berwirausaha..

E. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh signifikan media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Metro?
2. Apakah terdapat pengaruh signifikan gaya hidup terhadap minat berwirausaha mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Metro?

3. Apakah ada pengaruh signifikan media sosial dan gaya hidup secara bersamaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Metro?

F. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini adalah:

- a. Mengetahui dan menganalisis pengaruh media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Metro?
- b. Mengetahui bagaimana pengaruh gaya hidup terhadap minat berwirausaha mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Metro?
- c. Mengetahui bagaimana pengaruh media sosial dan gaya hidup terhadap minat berwirausaha mahasiswa Ekonomi Syaiah IAIN Metro?

2. Manfaat Penelitian

Adapun penelitian ini teori praktis akan memberikan manfaat sebagai bahan referensi bagi mahasiswa dalam penelitian yang berkaitan dengan pengaruh media sosial, gaya hidup dalam mendorong minat berwirausaha mahasiswa. Selain itu, Penelitian ini diharapkan untuk memberikan sumbangan pemikiran bagi pengembangan ilmu pada umumnya dan menjadi sumber baru yang nantinya bisa membantu peneliti lain yang ingin melakukan penelitian dalam konteks yang sama. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai bahan pertimbangan dan referensi bagi mahasiswa yang ingin memulai usaha

dengan memanfaatkan media sosial. Hasil penelitian ini juga dapat menjadi acuan dalam memahami bagaimana gaya hidup dapat memengaruhi semangat dan minat berwirausaha di kalangan mahasiswa. Selain itu, penelitian ini dapat membantu pihak kampus, dosen, maupun lembaga pembinaan kewirausahaan dalam merancang program yang mendorong mahasiswa untuk lebih aktif dan kreatif dalam berwirausaha sejak di bangku kuliah.

G. Penelitian Relevan

Peneliti mengambil penelitian relevan yang berhubungan dengan judul yang diangkat oleh peneliti untuk memperkuat penelitian ini, sebagai berikut:

1. Pertama, Penelitian yang dilakukan oleh Yuliana Sriyati Yunut, Yustiana Paulina Penu, dan Yulana Sedho mahasiswi Uniersitas Flores dengan judul *"Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Flores"*.¹² Penelitian ini memperoleh tiga hasil yaitu: satu, variabel media sosial Instagram tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Hal ini dibuktikan dari hasil uji signifikansi secara parsial (uji t). Nilai t hitung $<$ t tabel ($-1,367 < 1,661$). Kedua, variabel media sosial Facebook berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa karena nilai t hitung $>$ t tabel ($2,066 > 1,661$). Ketiga, variabel media sosial WhatsApp berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa karena nilai t hitung $>$ t tabel ($2,161 >$

¹² Y, Yuliana Sriyati, P, Yustiana Paulina, dan S, Yuliana, Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Flores, *Jurnal Equilibrium*, Vol. 4, No. 1, (2024), hlm, 23-27.

1,661). Keempat, variabel Instagram, Facebook dan WhatsApp secara bersama-sama atau simultan berpengaruh terhadap minat berwirausaha karena nilai-nilai F hitung sebesar 3,565 dengan nilai signifikan $0,017 < 0,1$ dan F tabel sebesar 2,36. Dengan demikian F hitung lebih besar F tabel ($3,565 > 2,36$) dan tingkat signifikan $0,017 < 0,1$.

Persamaan antara penelitian Yuliana dkk dengan penelitian peneliti ialah metode penelitian yang digunakan yaitu Kuantitatif serta membahas tentang media sosial terhadap minat berwirausaha. Perbedaannya terdapat pada subyek penelitian dan fokus pembahasan dimana pada penelitian ini peneliti juga membahas mengenai gaya hidup mahasiswa terhadap minat berwirausaha.

2. Kedua, Penelitian yang dilakukan oleh Rahayu Mardikaningsih dan Didit Darmawan mahasiswa Universitas Mahendradatta dengan Judul "*Pengaruh Prestasi Akademik, Literasi Bisnis, Dan Gaya Hidup Terhadap Intensi Mahasiswa Berwirausaha*".¹³ Penelitian ini memperoleh hasil bahwa Pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dapat dievaluasi berdasarkan analisis regresi berganda. Berdasarkan hasil penelitiannya, beberapa faktor pembentuk niat berwirausaha mahasiswa dapat lebih dipahami. Temuan ini dapat menjadi acuan bagi perguruan tinggi dan lembaga pendidikan dalam mengembangkan program kewirausahaan yang lebih efektif. Harapannya kedepan jumlah mahasiswa yang berminat berwirausaha akan semakin meningkat karena hubungan antara prestasi

¹³ Mardikaningsih, R, Darmawan, Didit, Pengaruh Prestasi Akademik, Literasi Bisnis, Dan Gaya Hidup Terhadap Intensi Mahasiswa Berwirausaha, *Jurnal Ilmiah Satyagraha*, Vol. 6, No. 2, (2023), hlm, 207.

akademik, literasi bisnis, gaya hidup, dan niat berwirausaha telah dipahami dengan baik.

Persamaan dengan penelitian peneliti ialah berusaha untuk membuktikan data pembaharu dari suatu fenomena yang terjadi menggunakan metode kuantitatif dengan cara mengumpulkan data melalui kuesioner dan dilakukan pengujian jawaban. Kemudian, pada kajian teori juga terdapat teori gaya hidup yang termasuk dalam penelitian peneliti. Perbedaannya terletak pada fokus pembahasan dimana penelitian tersebut membahas prestasi akademik, literasi bisnis, dan gaya hidup yang mempengaruhi minat berwirausaha. Sedangkan, penelitian peneliti berfokus pada media sosial dan gaya hidup terhadap minat berwirausaha sesuai dengan fenomena yang terjadi saat ini.

3. Ketiga, penelitian oleh Vivit Handayani mahasiswi niversitas Muhammadiyah Makassar Program Studimanajemen yang membahas tentang *"Pengaruh Media Sosial Dan Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Pakaian Pada Issue Shop Makassar"*.¹⁴ Hasil dari penelitian ini adalah Media Sosial secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pakaian pada issue shop. Secara parsial gaya hhidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli pakaian pada Issue Shop. Data penelitian berasal dari penyebaran kuesioner kepada 100 Orang pelanggan yang berkunjung ke Issue Shop. Adapun Metode Analisis yang digunakan pada penelitian ini yaitu uji validitas, uji realibilitas, Uji asumsi klasik, Uji

¹⁴ Handayani, Vivit, *Pengaruh Media Sosial Dan Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Pakaian Pada Issue Shop Makassar*. (Skripsi Universitas Muhammadiyah Makassar, 2023), hlm, 08.

Analisis regresi linear berganda, dan Uji hipotesis dengan uji t (Parsial). Yang diolah dengan menggunakan perhitungan statistik melalui *Statistical Package for The Social Science* (SPSS) versi 24.

Persamaan pada penelitian ini terdapat pada pembahasan teori yang mengkaji tentang media sosial dan gaya hidup, persamaan lainnya terdapat pada metode penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif dengan pengumpulan data yang dilakukan berdasarkan penyebaran kuesioner serta dilakukan pengujian data. Perbedaannya terdapat pada subyek penelitian dan fokus penelitian dimana penelitian peneliti tertuju pada minat berwirausaha mahasiswa program ekonomi syariah yang dipengaruhi oleh media sosial dan gaya hidup.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Media Sosial

1. Pengertian Media Sosial

Menurut Kottler dan Keller, media sosial adalah media yang digunakan oleh konsumen untuk berbagi teks, gambar, suara, video dan informasi dengan orang lain.¹ Taprial dan Kanwar mendefinisikan media sosial ialah media yang digunakan seseorang untuk menjadi sosial, atau mendapatkan daring sosial dengan berbagi isi, berita, foto dan lain-lain dengan orang lain.²

Andreas M. Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan Media Sosial sebagai sekelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun diatas fondasi ideologis dan teknologi Web 2.0, yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran Konten yang Dihasilkan Pengguna³

Berdasarkan dari beberapa pendapat para ahli diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa media sosial adalah tempat bersosialisasi berupa aktivitas berbagi info, teks, gambar, video dan lain-lain. Dengan cara ini orang bersosialisai dengan orang lain dalam media sosial yang terhubung dengan bantuan internet.

¹ Kottler, P, Keller, and Kevin Lane, *Handbook of Research of Effective Advertising Strategies in the Social Media Age*, (Cambridge: IGI Global, 2016), hlm. 338.

² Varinder, Taprial, K, Priya, *Understanding Social Media*, (London: Ventus Publishing ApS, 2017), hlm. 08.

³ Kaplan, A. M., & Haenlein, M, *Users of The World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media*. (Amsterdam: Business Horizons, Vol. 53, N. 1, 2010), hlm, 57.

2. Jenis-Jenis Media Sosial

Menurut Andreas M. Kaplan dan Michael Haenlein, terdapat enam jenis media sosial, yang dibedakan berdasarkan karakteristik sosial dan media yang digunakan. Jenis-jenis tersebut adalah:⁴

Pertama, Proyek Kolaborasi contohnya situs web Wikipedia atau WikiHow. Situs web ini memungkinkan pengguna untuk dapat mengubah, menambah atau menghapus konten di situs web ini. Kedua, Blog dan Microblog contohnya X/Twitter sebagai microblog dan WordPress sebagai blog dimana pengguna lebih bebas dalam mengekspresikan situasi di blog ini seperti bercerita atau mengkritik kebijakan pemerintah. Ketiga, Konten berbasis Komunitas contohnya pada YouTube Vimeo, dan lainnya. Pengguna situs web ini sering berbagi konten media, seperti video, ebook, gambar dan lain-lain. Keempat, Situs Jejaring Sosial seperti Facebook, Instagram, dan LinkedIn. Aplikasi yang memungkinkan pengguna untuk membuat informasi pribadi, sehingga mereka dapat terhubung dengan orang lain. Informasi pribadi dapat berupa foto. Kelima, *Virtual Game World* contoh PUBG Mobile, MineCraft, dan lain-lain. Dunia virtual tempat para pengguna atau pemainnya berkumpul dan berinteraksi, baik dengan pemain lainya maupun dengan objek maya yang tersedia dalam dunia tersebut. Keenam, *Virtual Social World* contohnya *Second Life*. Dunia

⁴ Kaplan, A. M., & Haenlein, M, *Users of The World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media*. (Amsterdam: Business Horizons, Vol. 53, N. 1, 2010), 59-68.

virtual yang memungkinkan pengguna untuk menjalani kehidupan kedua dalam lingkungan digital dengan kebebasan berinteraksi secara sosial.⁵

3. Indikator Media Sosial

Menurut Kaplan dan Haenlein tidak mengidentifikasi dimensi utama yang dapat digunakan sebagai dasar pengukuran indikator media sosial, sebagai berikut:⁶

a. Media Sosial sebagai Alat Komunikasi

Media sosial digunakan sebagai indikator interaksi antar pengguna, jumlah komentar, jumlah pesan langsung. Media sosial memungkinkan komunikasi yang lebih interaktif dibandingkan media tradisional

b. Media Sosial sebagai Alat Kolaborasi

Media Sosial menjadi sarana berkolaborasi berdasarkan jumlah kontribusi pengguna, misalnya edit dalam Wikipedia, partisipasi dalam forum. Pengguna media sosial tidak hanya mengonsumsi informasi tetapi juga berkontribusi terhadap konten

c. Media Sosial sebagai Alat Jaringan Sosial

Media Sosial memiliki jumlah pengikut atau teman, jumlah koneksi dalam jaringan sehingga media sosial memfasilitasi hubungan interpersonal dan jaringan profesional.

⁵ Kaplan, A. M., & Haenlein, M, *Users of The World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media*. (Amsterdam: Business Horizons, Vol. 53, N. 1, 2010),, hlm, 69-72.

⁶ Kaplan, A. M., & Haenlein, M, *Users of The World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media*. (Amsterdam: Business Horizons, Vol. 53, N. 1, 2010), hlm, 74.

d. Media Sosial sebagai Sumber Pengaruh

Media social menjadi salah satu sumber pengaruh terbesar karena jumlah share, retweet, dan viralitas konten. Semakin banyak konten dibagikan, semakin besar pengaruh media sosial dalam membentuk opini publik.⁷

e. Media Sosial dalam Konteks Bisnis dan Pemasaran

Media sosial mampu membantu pengguna untuk memulai suatu usaha sehingga dapat meningkatkan kemampuan finansial dengan cara *Engagement rate* (tingkat keterlibatan), *click-through rate* (CTR), dan konversi pelanggan. Media sosial memainkan peran penting dalam strategi pemasaran digital

4. Peran Media Sosial

Media sosial memiliki peran penting dalam kehidupan sehari-hari, mulai dari mencari informasi, berkomunikasi, berbagi, hingga berwirausaha. Pengguna media sosial dapat memanfaatkan kemajuan teknologi tersebut untuk membuka peluang dalam mengoptimalkannya sebagai media komunikasi yang efektif, baik dalam pemasaran, politik, maupun pembelajaran. Bagi mahasiswa, media sosial dapat menjadi sarana inovatif untuk mengubah pola pikir dan meningkatkan minat berwirausaha, mengingat perannya yang signifikan dalam dunia bisnis.⁸

⁷Kaplan, A. M., & Haenlein, M, *Users of The World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media*. (Amsterdam: Business Horizons, Vol. 53, N. 1, 2010),, hlm, 75.

⁸ S, Bambang, dan T, Sri, Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Mahasiswa Untuk Berwirausaha di Bidang Teknologi, *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIKomSiN)*, Vol. 8, No. 2, (2020), hlm, 35-39.

Mulyadi dan Puspitasari menyatakan bahwa pertumbuhan pengguna media sosial mendorong ide kreatif untuk mencari penghasilan, seperti memasarkan produk fashion, perhiasan, dan makanan. Hal ini menunjukkan media sosial berperan dalam meningkatkan minat wirausaha.⁹ Akses internet mempermudah masyarakat menyampaikan informasi produk atau jasa yang membutuhkan modal kecil, media sosial menjadi solusi efektif untuk mendukung kegiatan jual-beli melalui penyebaran pesan kepada khalayak.¹⁰

B. Gaya Hidup

1. Pengertian Gaya Hidup

Gaya hidup adalah menggambarkan karakteristik bagi seseorang dilihat bagaimana cara menyikapi lingkungan di sekitarnya. Gaya hidup juga merupakan budaya yang telah berkembang pada saat ini melalui teknologi yang semakin canggih. Gaya hidup adalah sebagai cara hidup setiap orang yang di tuangkan dalam aktivitas, minat, dan opininya.¹¹

Menurut Brandon dan Forney gaya hidup didefinisikan sebagai cara hidup individu yang tercermin melalui aktivitas, minat, dan opini mereka. Gaya hidup mencerminkan pola perilaku seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungannya, termasuk bagaimana mereka

⁹ Mulyandi, R, Muhammad, and Puspitasari, Veny A, Industri Kreatif, Media Sosial, Dan Minat Berwirausaha: Sinergi Menuju Pembangunan Berkelanjutan. *National Conference of Creative Industry*, Vol. 6, No. 3. (2018), hlm, 5-6.

¹⁰ Kusumadewi Ade Nurhayati, Implementasi Jiwa Wirausaha Dan Pemanfaatan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswi Purwakarta. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis "E-QIEN"*, Vol. 7, No. 2, (2020), hlm, 20.

¹¹ Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen: Teori dan Praktik*, (Bandung: Pustaka Setia, 2015), hlm, 26.

mengalokasikan waktu, uang, dan perhatian terhadap berbagai aspek kehidupan.¹²

Jadi, berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa gaya hidup merupakan perilaku seseorang bagaimana cara hidup seseorang, memanfaatkan waktu dan menggunakan uang yang dimilikinya.

2. Indikator Gaya Hidup

Psikografis merupakan cara untuk mengukur gaya hidup, yang meliputi pengukuran dimensi-dimensi penting di dalam gaya hidup dimensi-dimensi yang terdapat dalam gaya hidup ada tiga, dikenal dengan dimensi AIO (Aktivitas, Interest, Opini). Adanya konsep gaya hidup dapat membantu pemasar mendapatkan pemahaman perihal nilai-nilai konsumen yang berubah dan pengaruhnya pada perilaku pembelian.¹³

- a. Aktivitas adalah tindakan nyata yang menggambarkan karakteristik konsumen sehari-hari. Dengan mengetahui aktivitas konsumen, perusahaan dapat merancang strategi berdasarkan informasi yang diperoleh.
- b. Minat adalah perhatian yang terus menerus terhadap suatu hal. Setiap individu memiliki minat yang berbeda, seperti pada makanan, fashion, dan lainnya.

¹² Brandon, L., & Forney, J. C, *Fashion marketing*, (New York City: McGraw-Hill Education, 2002), hlm, 221.

¹³ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Principles of Marketing*, (New Jersey: Prentice Hall, 2001), hlm, 158.

- c. Opini adalah tanggapan lisan atau tertulis individu terhadap suatu situasi, yang mencerminkan pandangan pribadi mereka tentang berbagai isu, seperti sosial, politik, ekonomi, produk, dan budaya.

3. Faktor yang Mempengaruhi Gaya Hidup

Menurut Amstrong, gaya hidup seseorang dipengaruhi oleh perilaku dalam memperoleh atau menggunakan barang dan jasa, termasuk pengambilan keputusan terkait. Faktor yang memengaruhi gaya hidup terdiri dari faktor internal dan faktor eksternal. Adapun faktor internal antara lain:¹⁴

- a. Sikap merupakan keadaan jiwa dan pikiran yang dipengaruhi oleh tradisi, kebiasaan, kebudayaan, dan lingkungan sosial, yang mempengaruhi perilaku terhadap objek tertentu.
- b. Pengalaman sosial yang mempengaruhi pengamatan dan perilaku, diperoleh melalui tindakan masa lalu dan pembelajaran. objek.
- c. Kepribadian mencakup karakteristik dan cara berperilaku yang membedakan individu satu dengan lainnya.¹⁵
- d. Konsep Diri dapat mempengaruhi kepribadian dan minat individu terhadap objek, termasuk citra merek, serta membentuk perilaku dalam menghadapi masalah.

¹⁴Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Principles of Marketing*, (New Jersey: Prentice Hall, 2001), hlm, 159.

¹⁵ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Principles of Marketing*, (New Jersey: Prentice Hall, 2001)., hlm, 160.

- e. Motif Perilaku Individu dipicu oleh motif kebutuhan, seperti keamanan dan prestise, yang dapat membentuk gaya hidup tertentu, seperti hedonis.
- f. Persepsi adalah proses memilih, mengatur, dan menginterpretasikan informasi untuk membentuk gambaran tentang dunia.

Adapun faktor eksternal dijelaskan menurut Amstrong terdiri dari empat hal, antara lain:¹⁶

- a. Kelompok Referensi yang memengaruhi sikap dan perilaku seseorang, baik secara langsung (melibatkan interaksi) maupun tidak langsung (tanpa keanggotaan).
- b. Keluarga berperan penting dalam membentuk sikap dan perilaku individu, terutama melalui pola asuh orang tua yang mempengaruhi kebiasaan dan pola hidup anak.
- c. Kelas Sosial adalah kelompok homogen dengan nilai, minat, dan perilaku serupa, terdiri dari kedudukan (posisi sosial) dan peranan (perilaku sesuai kedudukan).
- d. Kebudayaan meliputi pengetahuan, kepercayaan, seni, dan kebiasaan yang dipelajari dalam masyarakat, yang memengaruhi gaya hidup melalui faktor internal (seperti sikap dan konsep diri) dan eksternal (seperti keluarga, kelas sosial, dan kebudayaan).

¹⁶ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Principles of Marketing*, (New Jersey: Prentice Hall, 2001), hlm, 161.

C. Minat Berwirausaha

1. Pengertian Minat Berwirausaha

Minat berwirausaha adalah kecenderungan hati dalam diri subjek untuk tertarik menciptakan suatu usaha yang kemudian mengorganisir, mengatur, menanggung risiko dan mengembangkan usaha yang diciptakannya tersebut. Menurut Wijaya, Berwirausaha adalah niat atau keinginan yang ada pada diri seseorang untuk melakukan suatu tindakan wirausaha.¹⁷ Menurut Riyanti, Berwirausaha adalah seberapa besar kemauan seseorang untuk berusaha melakukan sesuatu tingkah laku tertentu dalam menciptakan peluang.¹⁸

Mengenai definisi intensi kewirausahaan menurut para ahli maka dapat dijelaskan bahwa intensi kewirausahaan merupakan ide, gagasan, kreativitas yang timbul dari dalam diri seseorang baik sengaja untuk melakukan tindakan-tindakan yang mampu membuka peluang usaha dalam memenuhi kehidupan di masa sekarang dan akan datang.

2. Faktor yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha

Menurut Zimmerer dan Scarborough menyatakan bahwa terdapat lima faktor yang mendorong kewirausahaan, sebagai berikut:¹⁹

¹⁷ Wijaya, A., *Kewirausahaan: Teori dan Aplikasi*. (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2008), hlm. 82.

¹⁸ Riyanti, B. P. D., *Kewirausahaan: Dari Sudut Pandang Psikologi*. (Jakarta: Grasindo, 2003), hlm, 92.

¹⁹ Zimmerer, T. W., & Scarborough, N. M., *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management (5th ed.)*. (New Jersey: Pearson Prentice Hall, 2008), hlm, 301.

- a. Wirausaha sebagai Pahlawan, merupakan individu dengan tanggung jawab pribadi, keluarga, dan masyarakat terdorong untuk meningkatkan kualitas hidup.
- b. Pendidikan Kewirausahaan, Kewirausahaan dapat dipelajari dan dipraktikkan, tidak hanya diturunkan dari keluarga wirausaha.
- c. Faktor Ekonomi dan Kependudukan, Peningkatan ekonomi dan sikap mandiri mendorong wirausaha untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.²⁰
- d. Pergeseran ke Ekonomi Jasa, Kemajuan produksi barang meningkatkan jumlah barang yang beredar di pasar.
- e. Gaya Hidup Bebas, Kreativitas dan inovasi kewirausahaan muncul dari kebebasan berpikir dan bertindak.

Kesimpulan dari pengertian diatas ialah faktor-faktor seperti faktor pribadi, pendidikan, ekonomi, pergeseran ekonomi jasa, dan gaya hidup bebas dapat mempengaruhi minat berwirausaha seseorang.

3. Indikator Minat Berwirausaha

Minat membuka usaha dapat dilihat dari adanya kemauan seseorang untuk memulai membuka usaha, hal ini dapat dilihat dari indikator sebagai berikut:²¹

- a. Adanya kemauan yang didukung dengan tenaga yang memadai untuk melaksanakan kegiatan-kegiatan membuka usaha.

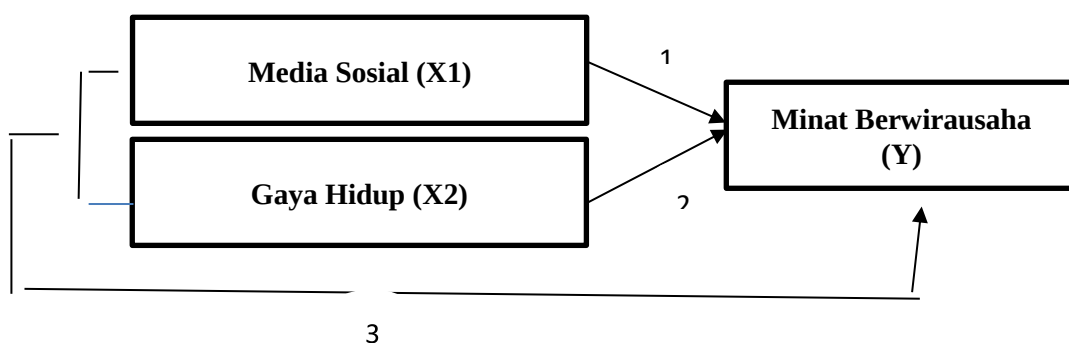
²⁰ Zimmerer, T. W., & Scarborough, N. M., *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management (5th ed.)*. (New Jersey: Pearson Prentice Hall, 2008), hlm hlm, 302.

²¹ Wijaya, A, *Kewirausahaan dan Pengembangan Usaha*, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2010), hlm. 112.

- b. Adanya keberanian untuk menanggung semua resiko yang pasti muncul dalam setiap proses pendirian, pelaksanaan dan pengembangan usaha yang dibangun.
- c. Adanya rasa optimis dan penuh keyakinan dalam membuka usaha, sehingga seseorang mengembangkan diri untuk membuka usaha baru ataupun memanfaatkannya dengan cara menciptakan lapangan pekerjaan baru.

D. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir merupakan model dari konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting.²² Peneliti mencoba untuk menguraikan kerangka berpikir diatas yaitu bagaimanakah pengaruh media sosial (X1) dan pengaruh gaya hidup (X2) terhadap minat berwirausaha (Y).



Gambar 2.1

Kerangka Berfikir

Keterangan :

²² Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm, 73.

- 1: Pengaruh Media Sosial(X1) terhadap Minat Berwira Usaha(Y)
- 2: Pengaruh Gaya Hidup (X2) terhadap Minat Berwira Usaha(Y)
- 3: Pengaruh secara Bersama-sama Media Sosial(X1) dan Gaya Hidup(X2) Terhadap Minat Berwira Usaha(Y)

Alur pemikiran dalam penelitian ini adalah melihat pengaruh dari penggunaan media sosial dan pengaruh gaya hidup terhadap minat berwirausaha mahasiswa ekonomi syariah IAIN Metro.

E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah yang masih perlu dibuktikan melalui pengumpulan dan analisis data empiris. Hipotesis disusun berdasarkan teori yang relevan dan temuan awal yang diperoleh melalui studi pendahuluan. Dalam penelitian ini, hipotesis dirumuskan untuk menguji pengaruh media sosial dan gaya hidup terhadap minat berwirausaha mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Metro.

Berdasarkan landasan teori yang telah dijelaskan sebelumnya serta didukung oleh fenomena empiris yang terjadi di kalangan mahasiswa, maka hipotesis penelitian ini disusun sebagai berikut::

1. H_0 : Media sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Metro.
 H_1 : Media sosial berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Metro.
2. H_0 : Gaya Hidup tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Metro.

H₂: Gaya Hidup berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Metro.

3. H₀: Media Sosial dan Gaya Hidup secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Metro.

H₃: Media Sosial dan Gaya Hidup secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Metro.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan ini berangkat dari suatu kerangka teori, gagasan para ahli, maupun pemahaman peneliti berdasarkan hasil studi pustaka dan observasi awal. Selanjutnya, kerangka tersebut dikembangkan menjadi permasalahan yang dirumuskan dalam bentuk hipotesis yang dapat diuji secara empiris di lapangan. Tujuan dari pendekatan kuantitatif adalah untuk memperoleh pembenaran (verifikasi) atau penolakan terhadap hipotesis tersebut melalui proses pengumpulan dan analisis data numerik secara objektif.

Alasan utama penggunaan pendekatan kuantitatif dalam penelitian ini adalah karena pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengukur hubungan antara variabel-variabel penelitian secara terukur dan statistik. Dalam hal ini, peneliti ingin mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara media sosial dan gaya hidup terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Dengan pendekatan kuantitatif, peneliti dapat menguji pengaruh tersebut secara parsial maupun simultan menggunakan teknik analisis regresi, yang memberikan hasil yang dapat digeneralisasikan pada populasi yang lebih luas.

Selain itu, pendekatan kuantitatif dianggap sesuai karena karakteristik variabel yang diteliti bersifat faktual dan dapat diukur melalui penyebaran kuesioner dengan skala tertentu, seperti skala Likert. Penggunaan angka dan statistik memungkinkan penelitian ini menghasilkan temuan yang obyektif, akurat, dan dapat digunakan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan atau rekomendasi kebijakan di lingkungan pendidikan tinggi, khususnya dalam pengembangan program kewirausahaan mahasiswa..¹

2. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis statistik deskriptif. Penelitian kuantitatif merupakan pendekatan yang menggunakan data numerik untuk menggambarkan suatu fenomena secara objektif, yang kemudian dianalisis menggunakan metode statistik. Tujuan dari pendekatan ini adalah untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan berdasarkan teori yang relevan, guna memperoleh kesimpulan yang dapat digeneralisasikan pada populasi yang diteliti.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (field research), yaitu suatu metode pengumpulan data yang dilakukan secara langsung di lokasi atau lingkungan tempat fenomena yang diteliti berlangsung. Dalam konteks ini, penelitian

¹ Ahmad Tanzeh, *Pengantar Metode Penelitian*. (Yogyakarta: Teras, 2009), hlm. 99.

dilakukan di kampus Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro, khususnya pada mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah.

Penelitian lapangan dipilih karena peneliti ingin memperoleh data primer secara langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner. Teknik ini memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan informasi yang aktual dan relevan mengenai pengaruh media sosial dan gaya hidup terhadap minat berwirausaha mahasiswa, berdasarkan pengalaman nyata dan persepsi langsung dari subjek penelitian.

Langkah-langkah dalam penelitian ini mencakup penyusunan instrumen penelitian berupa kuesioner, penyebaran kuesioner kepada responden yang memenuhi kriteria, pengumpulan data, pengolahan data, dan analisis data menggunakan teknik statistik deskriptif dan inferensial. Melalui penelitian lapangan ini, diharapkan diperoleh gambaran yang faktual mengenai hubungan antar variabel serta menjadi dasar untuk pengembangan program kewirausahaan di lingkungan perguruan tinggi..

B. Defenisi Operasional Variabel

Penelitian yang peneliti lakukan memiliki fokus pada beberapa variabel yang meliputi variabel independen dan variabel dependen.² Adapun variabel independen dalam penelitian ini dilambangkan dengan (X) yaitu Media Sosial (X1), Gaya Hidup (X2). Kemudian, variabel dependen/terikat dalam penelitian

² Siregar, D., *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*. Jakarta: Penerbit Mitra, (2020), hlm. 91.

ini yaitu Minat Berwirausaha dilambangkan dengan (Y). Adapun definisi dan indikator masing-masing variabel dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 3.1

Definisi Operasionak Variabel

Variabel	Definisi	Indikator
Media Sosial (X1)	Andreas M. Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan Media Sosial sebagai sekelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun diatas fondasi ideologis dan teknologi Web 2.0, yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran Konten yang Dihasilkan Pengguna ³	1. Media Sosial sebagai Alat Komunikasi 2. Media Sosial sebagai Alat Kolaborasi 3. Media Sosial sebagai Alat Jaringan Sosial 4. Media Sosial sebagai Sumber Pengaruh 5. Media Sosial dalam Konteks Bisnis dan Pemasaran
Gaya Hidup (X2)	Brandon dan Forney mendefinisikan gaya hidup sebagai cara hidup individu yang tercermin melalui aktivitas, minat, dan opini mereka. Gaya hidup mencerminkan pola perilaku seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungannya, termasuk bagaimana mereka mengalokasikan waktu, uang, dan perhatian terhadap berbagai aspek kehidupan. ⁴	1. Aktivitas 2. Minat 3. Opini
Minat Berwirausaha (Y)	Menurut Wijaya, Berwirausaha adalah niat atau keinginan yang ada pada diri seseorang untuk	1. Adanya kemauan 2. Adanya keberanian

³ Kaplan, A. M., & Haenlein, M, *Users of The World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media*. (Amsterdam: Business Horizons, Vol. 53, N. 1, 2010), hlm, 57.

⁴ Brandon, L., & Forney, J. C, *Fashion marketing*, (New York City: McGraw-Hill Education, 2002), hlm, 221.

Variabel	Definisi	Indikator
	melakukan suatu tindakan wirausaha. ⁵	3. Adanya rasa optimis

C. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

1. Populasi

Sugiono mendefinisikan populasi adalah suatu daerah luas yang terdapat hal-hal atau orang-orang dengan jumlah dan karakteristik tertentu yang kemudian ditetapkan, diteliti dan ditarik kesimpulan. Suatu populasi mengacu pada semua ciri atau atribut yang dimiliki topik atau item tertentu.⁶ Alternatif agar data yang diperoleh mampu mewakili populasi maka dalam penelitian dilakukan pemilihan responden atau sumber data yang tidak begitu banyak dari populasi. Prosesnya disebut teknik penyampelan atau teknik sampling.

No.	Tahun Angkatan	Jumlah Mahasiswa Terdaftar	Jumlah Mahasiswa Aktif
1	2022	[219] mahasiswa	[219] mahasiswa
2	2023	[159] mahasiswa	[159] mahasiswa
	Total	[378] mahasiswa	[378] mahasiswa

Penelitian ini mengambil populasi dari seluruh mahasiswa ekonomi syariah IAIN Metro dari angkatan tahun 2022 sampai angkatan 2023. Berdasarkan data terbaru tahun 2024 mahasiswa aktif ekonomi syariah IAIN Metro berjumlah 378 mahasiswa.

⁵ Wijaya, A., *Kewirausahaan: Teori dan Aplikasi*. (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2008), hlm. 82.

⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm. 61.

2. Sampel

Pengertian sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Jika populasi sangat besar, dan peneliti tidak mungkin meneliti semua dikarenakan terkendala biaya, waktu, dan sebagainya. Maka diambil sampel untuk kemudahan dalam penelitian.⁷

3. Teknik Sampling

Teknik pengambilan sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Simple Random Sampling* atau teknik pengambilan sampel dimana semua individu dalam populasi baik secara sendiri-sendiri atau bersama-sama diberi kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel, dalam hal ini sampel yang dipilih adalah seluruh mahasiswa aktif Program Ekonomi Syariah IAIN Metro berdasarkan data terbaru tahun 2024 yaitu sebanyak 378 Mahasiswa.

D. Teknik Pengumpulan Data

1. Kuesioner

Penelitian ini menggunakan angket *Rating Scale*, yaitu pernyataan, kemudian kolom yang menunjukkan tingkat atau alternatif tanggapan yang sebelumnya dinyatakan dalam kuesioner berawal dari Sangat Setuju, Setuju, Cukup Setuju, Tidak Setuju, Sampai Sangat Tidak Setuju.⁸

⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm hlm. 62.

⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm, hlm. 64.

Kuesioner atau biasa disebut angket ialah lembar pernyataan dengan struktur yang baik. Metode ini dapat menghemat biaya dan mempermudah dalam proses pengumpulan data, peneliti menggunakan kuesioner dengan media *Google Formulir* dalam mengumpulkan data dari responden.

2. Dokumentasi

Metode dokumentasi dilakukan untuk mengumpulkan data berupa fakta, informasi, dan pandangan yang berkaitan dengan fenomena yang sedang diteliti. Dalam penelitian ini, dokumentasi digunakan sebagai sumber data sekunder untuk mendukung analisis terhadap pengaruh media sosial dan gaya hidup terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Data dokumenter diperoleh dari berbagai sumber yang relevan, seperti buku, jurnal ilmiah, artikel, laporan hasil penelitian terdahulu, serta informasi yang tersedia melalui media cetak maupun media elektronik. Semua dokumen yang digunakan dipilih berdasarkan kesesuaiannya dengan fokus dan tujuan penelitian, guna memperkuat landasan teori dan memberikan gambaran yang komprehensif terhadap variabel yang diteliti.⁹

E. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang sedang diamati.¹⁰

⁹Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm., hlm

¹⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm., hlm. 67.

1. Jenis Instrumen

Adapun yang menjadi skala ukuran kuesioner (angket) adalah dengan menggunakan *Skala Likert* yaitu skala yang didasarkan pada penjumlahan sikap responden dalam merespon pernyataan berkaitan indikator-indikator suatu konsep atau variabel yang sedang diteliti.¹¹

Tabel 3.2

Kisi-kisi Pertayaan

Variabel	Indikator	No. Pernyataan
Media Sosial (X1)	Media Sosial sebagai Alat Komunikasi	1
	Media Sosial sebagai Alat Kolaborasi	2
	Media Sosial sebagai Alat Jaringan Sosial	3
	Media Sosial sebagai Sumber Pengaruh	4
	Media Sosial dalam Konteks Bisnis dan Pemasaran	5
Gaya Hidup (X2)	Aktivitas	6
		7
	Minat	8
		9
	Opini	10
		11
Minat Berwirausaha (Y)	Adanya kemaun	12
	Adanya keberanian	13
	Adanya rasa optimis	14

¹¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm., hlm. 68.

F. Teknik Analisis Data

1. Uji Instrumen

Instrumen penelitian (kuisisioner) adalah suatu alat yang digunakan oleh peneliti untuk mengukur fenomena alam atau sosial. Instrumen ada yang telah tersedia dan ada pula yang belum tersedia dan disini bisa juga dibuat sendiri oleh peneliti.¹²

a) Uji Validitas

Uji validitas instrumen penelitian bertujuan untuk menguji sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu item pertanyaan dalam mengukur variabel yang diteliti. Menurut Yusup, sebuah instrumen dikatakan valid apabila dapat mengungkapkan data yang diteliti dengan tepat. Rumus yang sering digunakan adalah korelasi Pearson Product Moment, yaitu:

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan :

r_{xy} = koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y

n = jumlah responden

$(\sum X)^2$ = jumlah nilai X kemudian dikuadratkan

¹² Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Jakarta: Salemba Empat, 2011), hlm, 67.

$(\sum Y)^2$ = jumlah nilai Y kemudian dikuadratkan

$\sum XY$ = jumlah hasil perkalian antara variabel X dan Y

$\sum X^2$ = jumlah kuadrat dari nilai X

$\sum Y^2$ = jumlah kuadrat dari nilai Y

Uji validitas dilakukan pada setiap pertanyaan menggunakan program IBM SPSS 25 dengan melakukan perbandingan r_{hitung} dan r_{tabel} apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka instrumen dikatakan valid dan apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrumen tersebut dinyatakan tidak valid.¹³

b) Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas menggunakan *Cronbach Alpha* menggunakan program IBM SPSS 25, yang apabila angka *Cronbach Alpha* lebih besar dari nilai *Cronbach Alpha* minimal 0.6 maka instrumen dapat dikatakan reliabel, begitupun sebaliknya.¹⁴

uji reliabilitas menggunakan rumus *Cronbach Alpha*, yaitu:

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan :

α : nilai reliabilitas (Cronbach Alpha)

k : jumlah item atau pertanyaan

¹³ Duwi Priyatno, *Pengolahan Data Terpraktis*, (Yogyakarta: CV Amd Offset, 2014), hlm, 51.

¹⁴ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. (Semarang: Universitas Dipenogoro, 2013), hlm. 53

$i\sum\sigma_i^2$: jumlah varians tiap item

σ_t^2 : varians total

Cronbach Alpha adalah rumus matematis yang digunakan untuk menguji tingkat keandalan instrumen penelitian. Instrumen dikatakan reliable atau handal jika nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,6.¹⁵ Dengan demikian, jika hasil perhitungan menunjukkan nilai alpha lebih dari 0,6, maka instrumen tersebut dapat digunakan untuk penelitian dengan tingkat kepercayaan yang tinggi.

2. Uji Asumsi Klasik

Asumsi klasik merupakan pengujian sebelum melakukan analisis regresi berganda, bertujuan untuk mengetahui apakah variabel tersebut menyimpang dari asumsi-asumsi klasik, sebagai berikut:¹⁶

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data penelitian berdistribusi normal, yang merupakan salah satu prasyarat dalam analisis statistik parametrik, seperti regresi linier berganda. Meskipun secara teori data dengan jumlah sampel lebih dari 30 dapat diasumsikan berdistribusi normal berdasarkan Teorema Limit Central, namun dalam penelitian ini, uji normalitas tetap dilakukan secara statistik untuk memastikan validitas data yang digunakan. Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan menggunakan metode

¹⁵ Janna, Nilda Miftahul, and Herianto Herianto. "Konsep uji validitas dan reliabilitas dengan menggunakan SPSS." (2021).

¹⁶ Purbayu Budi Santosa dan Anshari, *Analisis Statistik Dengan Microsoft Excel & SPSS* (Yogyakarta: ANDI, 2005), hlm, 241.

Kolmogorov-Smirnov (K-S). Jika menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov (K-S) tidak berdistribusi normal maka dilakukan Uji Monte Carlo. Uji Monte Carlo bertujuan untuk mengetahui apakah data residual berdistribusi normal atau tidak dari sampel penelitian. Metode ini digunakan karena cocok untuk data yang berskala interval dan rasio, serta dapat menguji normalitas data secara individual maupun keseluruhan. Rumus Uji Kolmogorov-Smirnov:

$$D = \frac{\sup}{x} | F_o(x) - F_e(x) |$$

Keterangan :

D = nilai statistik Kolmogorov-Smirnov

$F_o(x)$ = distribusi frekuensi kumulatif observasi (empiris)

$F_e(x)$ = distribusi frekuensi kumulatif teoritis (normal)

sup = supremum, yaitu nilai maksimum dari selisih absolut antara dua distribusi

Namun dalam praktik, software statistik seperti SPSS digunakan untuk menghitung nilai signifikansi dari uji ini. Data dikatakan normal jika nilai Sig. (Significance) > 0,05. Uji Multikolinieritas

- b. Uji multikolinearitas dilakukan untuk memastikan apakah dalam suatu model regresi terdapat korelasi antar variabel independen. Keberadaan korelasi yang tinggi antara variabel bebas (interkorelasi) dapat menyebabkan gangguan dalam estimasi model regresi, sehingga hasil analisis menjadi tidak akurat. Model regresi yang baik adalah model

yang terbebas dari gejala multikolinearitas, yaitu kondisi ketika variabel independen saling berkorelasi secara signifikan. Berikut adalah rumus untuk mendeteksi multikolinearitas menggunakan Variance Inflation Factor (VIF).

$$VIF = \frac{1}{Tolerance} = \frac{1}{1 - R^2}$$

Gejala multikolinearitas dapat dideteksi melalui nilai Variance Inflation Factor (VIF) dan tolerance. Menurut Nugraha (2022), jika nilai $VIF > 10$ atau nilai tolerance $< 0,1$, maka model mengalami multikolinearitas. Sebaliknya, jika $VIF < 10$ dan tolerance $> 0,1$, maka model bebas dari multikolinearitas. Langkah yang dapat dilakukan jika terjadi multikolinearitas adalah menghilangkan salah satu variabel independen yang memiliki korelasi tinggi. Pridana menambahkan bahwa dalam model regresi yang ideal, tidak seharusnya terjadi korelasi antar variabel bebas. Hal ini penting agar kontribusi masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dapat diukur secara akurat dan tidak bias. Dengan demikian, uji multikolinearitas menjadi bagian penting dalam proses validasi model regresi, termasuk dalam penelitian ini yang menguji pengaruh iklan dan lingkungan sosial terhadap minat judi online.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan varians residual antara pengamatan satu dengan pengamatan lainnya dalam model regresi. Apabila varians residual antara pengamatan tidak sama, maka hal ini disebut heteroskedastisitas. Sebaliknya, jika varians

residual tersebut sama, maka disebut homoskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang memenuhi asumsi homoskedastisitas. Deteksi heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat pola pada grafik *scatterplot*. Jika titik-titik pada grafik menyebar secara merata di sekitar angka 0 pada sumbu Y tanpa pola yang jelas, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Namun, jika titik-titik membentuk pola tertentu, seperti gelombang atau melebar kemudian menyempit, maka hal ini mengindikasikan adanya heteroskedastisitas

d. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda merupakan analisis data untuk melihat pengaruh sebab akibat antara dua variabel independen atau lebih dan satu variabel dependen dengan rumus regresi berganda.¹⁷

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Dimana :

Y = Variabel dependen (variabel terikat)

$X_1, X_2, \dots, X_n$ = Variabel independen (variabel bebas)

a = Konstanta (intersep)

$b_1, b_2, \dots, b_n$ = Koefisien regresi masing-masing variabel X

e = Error (galat)

¹⁷ Purbayu Budi Santosa dan Anshari, *Analisis Statistik Dengan Microsoft Excel & SPSS* (Yogyakarta: ANDI, 2005), hlm, 411.

3. Uji Hipotesis

Uji kesesuaian merupakan uji kecocokan antara hasil pengamatan dengan frekuensi yang diperoleh berdasarkan nilai harapannya atau uji yang digunakan untuk melihat garis regresi kecocokan data.¹⁸

a) Uji Persial (Uji t)

Uji persial dilakukan untuk melihat tingkat signifikansi variabel bebas terhadap variabel terikat. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka tidak terdapat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka terdapat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dengan tingkat signifikansi 5% (0,05).¹⁹

Pengujian ini dapat dilakukan melalui perhitungan sebagai berikut:

$$t_{hitung} = R\sqrt{n-2}$$

b) Uji f (*Simultan*)

Uji f digunakan untuk mengetahui pengaruh signifikan antara variable independen dan variabel dependen secara bersamaan. Uji f dapat diperoleh melalui rumus:²⁰

$$f_{hitung} = R^2/(k-1)(1-R^2)/(n-k)$$

Berdasarkan rumus diatas, apabila $f_{hitung} > f_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi 0.05 (5%), maka berpengaruh signifikan. Sedangkan, apabila

¹⁸ Purbayu Budi Santosa dan Anshari, *Analisis Statistik Dengan Microsoft Excel & SPSS* (Yogyakarta: ANDI, 2005),, hlm, 412.

¹⁹ Purbayu Budi Santosa dan Anshari, *Analisis Statistik Dengan Microsoft Excel & SPSS* (Yogyakarta: ANDI, 2005),, hlm, 413.

²⁰ Purbayu Budi Santosa dan Anshari, *Analisis Statistik Dengan Microsoft Excel & SPSS* (Yogyakarta: ANDI, 2005),, hlm, 414.

$f_{hitung} < f_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi 0.05 (5%), maka tidak berpengaruh.

c) Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen.²¹

Metode pengujian ini digunakan untuk melihat seberapa besar kontribusi variabel Media Sosial (X1), dan Gaya Hidup (X2), terhadap variabel Minat Berwirausaha (Y).

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel bebas (iklan dan lingkungan sosial) dalam menjelaskan variabel terikat (minat judi online).²² Nilai koefisien determinasi berkisar antara 0 hingga 1:

- a. Nilai R^2 mendekati 0 berarti kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikat sangat kecil, sehingga model kurang baik dalam memprediksi minat judi online.
- b. Nilai R^2 mendekati 1 berarti hampir semua informasi yang diperlukan untuk menjelaskan variasi minat judi online dapat dijelaskan oleh variabel bebas (iklan dan lingkungan sosial).
Adapun pedoman untuk memberikan interpretasi terhadap koefisien korelasi sebagai berikut :

²¹ Purbayu Budi Santosa dan Anshari, *Analisis Statistik Dengan Microsoft Excel & SPSS* (Yogyakarta: ANDI, 2005), hlm, 415.

²² Azhari, Muhammad Taufiq, M. Pd Al Fajri Bahri, M. Si Asrul, and Tien Rafida. *Metode penelitian kuantitatif*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2023.

0,00 – 0,199 = Sangat Rendah

0,20 – 0,399 = Rendah

0,40 – 0,599 = Sedang

0,60 – 0,799 = Kuat

0,80 – 1,000 = Sangat Kuat

Koefisien determinasi dihitung dengan mengkuadratkan koefisien korelasi (R) dan dikalikan dengan 100%. Nilai ini menunjukkan persentase kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat dalam model penelitian ini. Dirumuskan sebagai berikut.

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Dimana:

KD : Koefisien Determinasi

r^2 : Koefisien korelasi yang dikuadratkan

BAB IV

PEMBAHASAN DAN HASIL

A. Deskripsi Lokasi Penelitian

1. Lokasi dan Sejarah IAIN Metro

Berdasarkan hasil musyawarah tersebut diputuskan untuk mendirikan dua fakultas, yaitu Fakultas Tarbiyah dan Fakultas Syari'ah yang kedudukannya di Tanjung Karang berada di bawah santunan Yayasan tersebut. Pada 1964 silam, tepatnya tanggal 13 Oktober 1964 berdasarkan Surat Keputusan Menteri Agama No. 86/1964 mengubah status Fakultas Tarbiyah YKIL dari swasta.

Tahun 2016 adalah tahun peralihan STAIN Jurai Siwo Metro menjadi IAIN Metro. Perubahan status ini tertuang dalam Peraturan Presiden No.71 tanggal 1 Agustus 2016, Menurut Perpres tersebut, pendirian IAIN Metro merupakan perubahan bentuk dari Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Jurai Siwo Metro. Terkait dengan perubahan itu, maka semua kekayaan, pegawai, hak dan kewajiban dari masing-masing STAIN dialihkan menjadi kekayaan, pegawai, hak dan kewajiban IAIN masing-masing. Demikian pula, semua mahasiswa STAIN perguruan tinggi tersebut menjadi mahasiswa IAIN.

IAIN Metro terdiri dari beberapa fakultas, yaitu Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan, Fakultas Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, serta Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah. Masing-masing fakultas

memiliki program studi yang beragam dan mendukung kegiatan akademik maupun non-akademik.

Lokasi kampus IAIN Metro sangat strategis, berada di Jalan Ki Hajar Dewantara 15A, Iringmulyo, Metro Timur. Fasilitas kampus yang lengkap, seperti ruang kuliah, laboratorium, perpustakaan, dan pusat layanan mahasiswa, turut menunjang proses pembelajaran dan penelitian.

2. Visi dan Misi IAIN Metro

a. Visi IAIN Metro

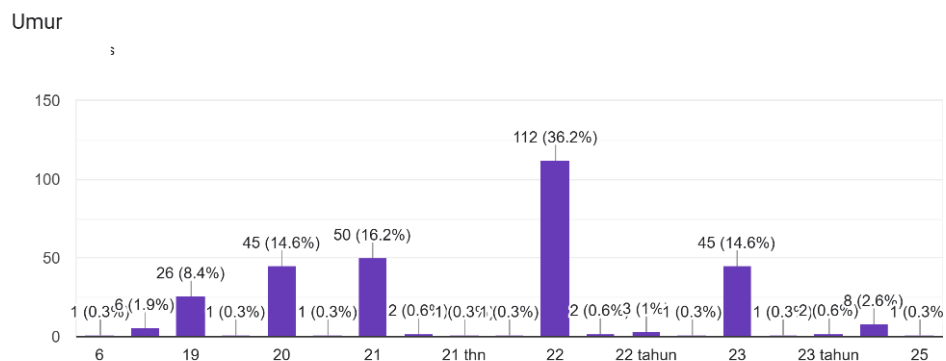
Menjadi Perguruan Tinggi Keagamaan Islam yang unggul dalam sinergi socio-eco-techno-preneurship berlandaskan nilai-nilai keIslaman dan keindonesiaan.

b. Misi IAIN Metro

- 1) Membentuk sarjana yang memiliki pengetahuan keIslaman dalam pelaksanaan pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat .
- 2) Mengembangkan nilai-nilai keIslaman dalam pelaksanaan pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat
- 3) Melaksanakan sistem tata kelola manajemen kelembagaan yang berkualitas.

B. Profil Responden Penelitian

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia



Berdasarkan data usia dari 3778 responden, mayoritas mahasiswa berada pada rentang usia 22 tahun, dengan jumlah 203 responden atau sebesar 37,5%. Usia 21 tahun merupakan usia terbanyak kedua, yaitu sebanyak 53 responden (17,2%), disusul oleh usia 20 dan 23 tahun yang masing-masing berjumlah 45 responden (14,6%).

Responden dengan usia 19 tahun tercatat sebanyak 26 orang (8,4%), sementara usia 23 tahun tercatat sejumlah 11 orang (3,6%). Sisanya merupakan minoritas dengan proporsi di bawah 1%, seperti usia 6, 25, dan beberapa entri ganda atau tidak baku seperti “21 thn” dan “22 thn”.

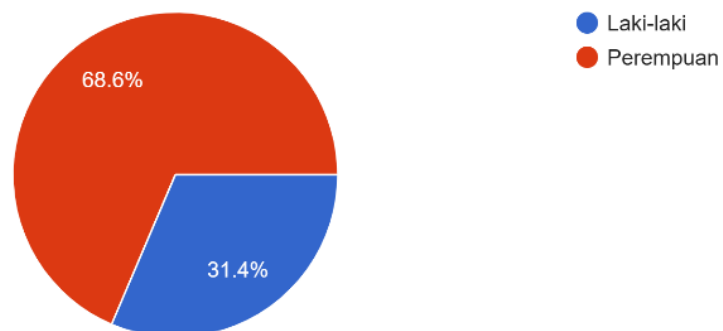
Secara keseluruhan, lebih dari 85% responden berada dalam rentang usia produktif mahasiswa, yakni antara 19 hingga 23 tahun, yang menunjukkan bahwa mayoritas responden berada pada tahap perkembangan dewasa awal, masa yang relevan dalam pembentukan orientasi karier dan minat berwirausaha.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Gambar 4.1

Distribusi Jenis Kelamin

Jenis Kelamin



Berdasarkan diagram lingkaran di atas yang menunjukkan data jenis kelamin dari 378 responden, diketahui bahwa mayoritas responden adalah perempuan dengan persentase sebesar 68,6%, sedangkan laki-laki hanya berjumlah 31,4% dari total responden. Hal ini menunjukkan bahwa partisipasi perempuan dalam pengisian survei ini lebih tinggi dibandingkan laki-laki. Perbedaan proporsi ini cukup signifikan, yang bisa menjadi pertimbangan dalam analisis lanjutan, terutama jika jenis kelamin memiliki pengaruh terhadap variabel-variabel penelitian.

C. Deskripsi Data dan Hasil Penelitian

1. Penyajian Data Hasil Penelitian

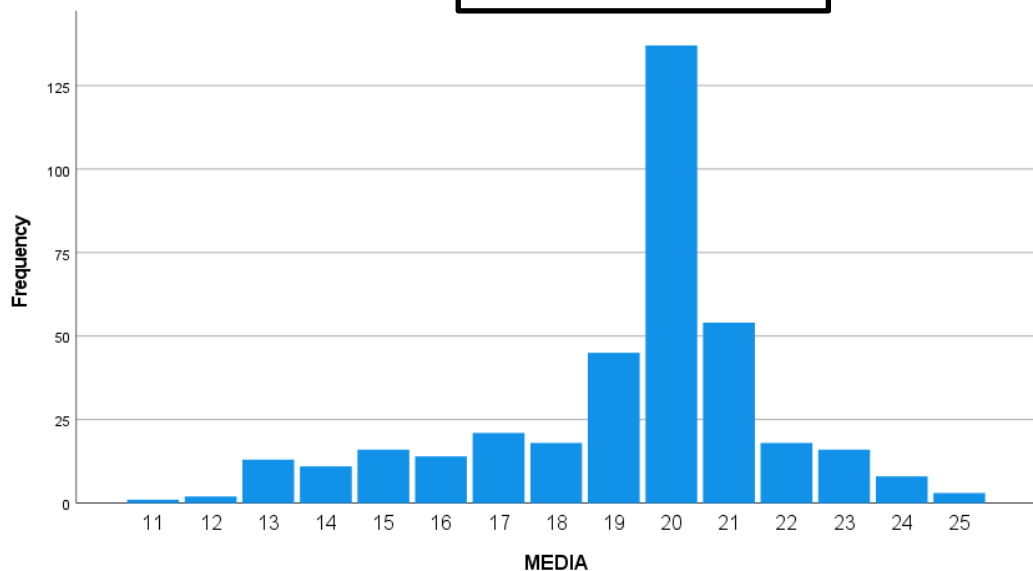
a. Variabel Media Sosial

Data yang tertera dalam table di bawah ini, tentang distribusi frekuensi data keseluruhan media sosial, maka dapat di gambar kan juga dalam bentuk grafik di bawah ini:

Tabel 4.1
Distribusi Jawaban Responden Media Sosial (X1)

JAWABAN INDIKATOR MEDIA SOSIAL			
	INTERVAL NILAI	FREKUENSI	PRESENTASE
1	5-11	1	0%
2	12-18	59	16%
3	19-25	317	84%
Jumlah Perytaaan		378	100%

GRAFIK DIAGRAM
FREQUENCY MEDIA SOSIAL



Berdasarkan data distribusi frekuensi jawaban indikator media sosial, dapat diinterpretasikan bahwa sebagian besar responden memberikan penilaian pada interval 19-25, yakni sebanyak pernyataan atau sebesar 84% dari total keseluruhan tanggapan. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan tanggapan dalam kategori cukup tinggi terhadap indikator media sosial.

Selanjutnya, terdapat 59 pernyataan atau 14% yang berada pada interval 12-18, yang mencerminkan penilaian dalam kategori sedang. Kemudian, sebanyak 1 pernyataan atau 0% termasuk dalam interval 5-11, yang termasuk dalam kategori rendah, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat penilaian sangat rendah dari responden.

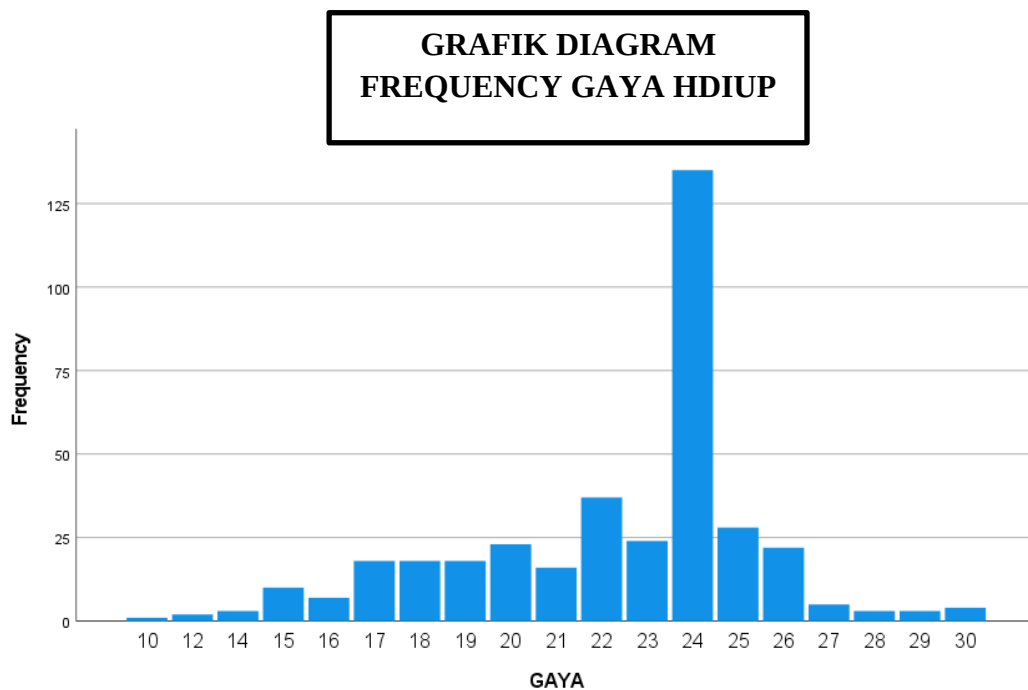
Secara umum, hasil ini menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap media sosial cenderung cukup tinggi hingga tinggi, yang berarti bahwa media sosial memiliki pengaruh yang cukup signifikan menurut pandangan mayoritas responden.

b. Variabel Gaya Hidup

Tabel 4.2

Tabel Distribusi Frekuensi Gaya Hidup

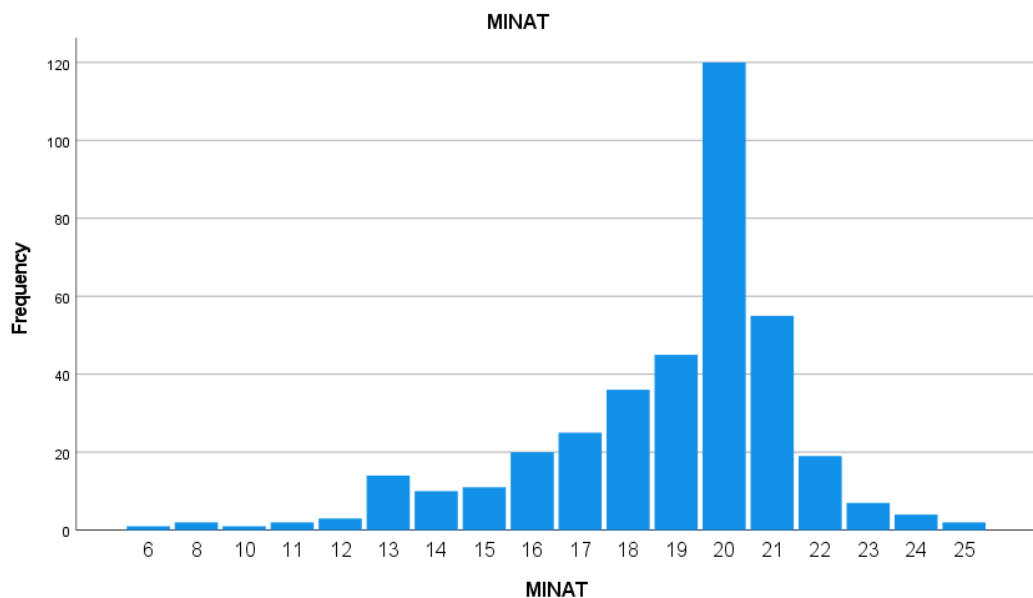
Jawaban Indikator Media Sosial			
	Interval Nilai	Frekuensi	Presentase
1	5-11	2	0%
2	12-18	182	49%
3	19-25	194	51%
Jumlah Perytaaan		378	100%



Berdasarkan data distribusi frekuensi pada tabel di atas, dapat diinterpretasikan bahwa mayoritas responden memberikan penilaian pada interval 12-18, yaitu sebanyak 182, pernyataan atau sebesar 49% dari total keseluruhan 378 pernyataan. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan dalam kategori sedang. Selanjutnya, terdapat 194 pernyataan (51%) yang berada pada interval 19-25, mengindikasikan bahwa sejumlah responden memberikan tanggapan sangat tinggi. Sebanyak 2 pernyataan (0%) berada pada interval 5-11, menunjukkan bahwa hanya sebagian kecil responden yang memberikan tanggapan dalam kategori rendah dan sangat rendah. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa secara umum, persepsi responden cenderung berada pada kategori cukup tinggi hingga tinggi.

Tabel 4.3
Distribusi Frekuensi Minat Berwira Usaha

Jawaban Indikator Media Sosial			
	Interval Nilai	Frekuensi	Presentase
1	5-11	3	0%
2	12-18	182	49%
3	19-25	181	49%
4	26-32	15	2%
Jumlah Perytaaan		378	100%



Berdasarkan data distribusi frekuensi di atas, dapat diinterpretasikan bahwa sebagian besar responden memberikan penilaian pada interval 12-18, yaitu sebanyak 182 pernyataan atau 49% dari total 378 pernyataan. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas tanggapan responden berada pada kategori netral dan sebanyak 182 pernyataan pada interval 19-25 atau 49 % dengan kategori setuju. Selanjutnya, . Sebanyak 15 pernyataan atau 12% berada pada interval

26-32, yang termasuk dalam kategori tinggi. Sementara itu. Tidak ada pernyataan (0%) yang berada pada interval 5-11, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat tanggapan dalam kategori sangat rendah. Secara keseluruhan, tanggapan responden cenderung terkonsentrasi pada kategori cukup tinggi hingga tinggi, menunjukkan sikap atau persepsi yang relatif positif terhadap pernyataan yang diajukan.

a) Uji Validitas

Uji validitas dilakukan pada 30 orang mahasiswa yang menjadi sample pada uji validitas diberikan pertanyaan dan di olah menggunakan program IBM SPSS 25 dengan melakukan perbandingan r_{hitung} dan r_{tabel} apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka instrumen dikatakan valid dan apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrumen tersebut dinyatakan tidak valid

Tabel. 4.1
Hasil Uji Validitas

No	Variabel	R_{hitung}	R tabel	Keterangan
1	Media Sosial (X1)	0.610	0.297	Valid
		0.610	0.297	Valid
		0.689	0.297	Valid
		0.417	0.297	Valid
		0.192	0.297	Valid
2	Gaya Hidup (X2)	0.323	0.297	Valid
		0.265	0.297	Valid

			0.225	0.297	Valid
			0.323	0.297	Valid
			0.265	0.297	Valid
			0.297	0.119	Valid
3	Minat Berusaha (Y)		0.582	0.297	Valid
			0.662	0.297	Valid
			0.740	0.297	Valid
			0.556	0.297	Valid

Sumber: Data Olah SPSS 25

Berdasarkan Tabel 4.1 jumlah soal yang di uji untuk variable media sebanyak 5 pertanyaan, untuk variable gaya hidup sebanyak 6 pertanyaan dan untuk variable minat sebanyak 5 pertanyaan dan semua butir pertanyaan dinyatakan valid karena $r_{hitung} > r_{table}$.

b) Uji Reabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel, suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil. Untuk mengetahui reliabel atau tidaknya suatu variabel dilakukan uji statistik dengan melihat nilai Cronbach's Alpha. Berikut hasil uji reliabilitas media sosial dan minat berwirausaha:

Table 4.2
Hasil Uji Reabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Media Sosial	0.204	Realibel
Gaya Hidup	0.99	Realibel

Sumber: Data Olah SPSS 25

Berdasarkan tabel 4.2 reliabilitas media sosial (X1) dan Gaya Hidup (X2) dapat disimpulkan bahwa nilai Cronbach's Alpha 0,204 > 0,60 dan Gaya Hidup nilai Cronbach's Alpha 0,99 > 0,60 dinyatakan reliabel.

2. Uji ASumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji yang digunakan untuk melihat apakah nilai yang residual terdistribusi normal atau tidak. Cara yang dapat digunakan untuk menguji kenormalan data adalah dengan menggunakan analisis parametrik kolmogorov-smirnov test Jika nilai Validasi >0,05 maka nilai residua normal, tetapi jika nilai Validasinya <0,05 maka nilai residual tidak berdistribusi normal.

Table 4.3
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

			Unstandardized Residual
N			378
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		.78138642
Most Extreme Differences	Absolute		.237
	Positive		.172
	Negative		-.237
Test Statistic			.237
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			.200
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.		.200
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.000
		Upper Bound	.000

Sumber: Data Olah SPSS 25

Diketahui dari hasil data diatas bahwa hasil uji *Kolmogrov-Smirnov test* dengan nilai signifikan sebesar .200 artinya dapat disimpulkan bahwa residual terdistribusi secara normal karena nilai signifikan $200 > 0,05$.

b) Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi diantara variabel bebas yaitu Inflasi dan BI Rate. Dasar pengambilan keputusan untuk mendeteksi apakah model regresi linear mengalami multikolinieritas ataupun tidak, dapat diperiksa menggunakan variance inflation factor (VIF) untuk masing-masing variabel independen, yaitu jika suatu variabel independen mempunyai nilai $VIF < 10$ dan nilai tolerance $> 0,10$ maka tidak terjadi gejala multikolinieritas dan sebaliknya. Berikut hasil menggunakan uji variance inflation factor (VIF):

Table 4.4
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a								
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.186	.307		10.392	.000		
	MEDIA SOSIAL X1	.140	.063	.115	2.238	.026	1.000	1.000
	GAYA HIDUP (X2)	.049	.050	.051	.985	.325	1.000	1.000

a. Dependent Variable: MINAT Y

Sumber: Data Olah SPSS 25

Bedasarkan pada table diatas yakni uji multikoneiritas diketahui bahwa nilai tolerance dari variable media digital dan gaya hidup lebih besar dari 0,10 dedangkan *variance inflation factor* (VIF) dari variable media digital dan gaya hidup, lebih besar dari 10. Maka dapat disimpulkan bahwa variable independent yaiu inflasi, suku bunga, dan nilai tukar terjadi multikoneiritas.

c) Uji Heterokedastisitas

Uji Heterokedastisitas merupakan uji yang digunakan menilai apakah ada ketidaksamaan antara varian dari residual untuk semua pengamatan yang digunakan pada model liniear berganda. Dilakukan uji heterokedastisitas yaitu untuk mengetahui adanya penyimpangan dari syarat-syarat asumsi klasik pada regreasi liniear, sedangkan dalam model regresi harus dipenuhi syarat tidak adanya heterokedastisitas.

Uji Heterokedastisitas merupakan salah satu uji yang harus dilakukan dalam uji klasik pada regresi liniaer. Jika asumsi heterokedastisitas tidak terpenuhi, maka model regresi dinyatakan tidak valid sebagai alat peramalan. Pada uji Heteroskedastisitas ada dua ketentuan yakni pertama, jika nilai Validsi lebih besar dari 0,05, maka kesimpulannya tidak terjadi Heteroskedastisitas. kedua, jika nilai Validsi lebih kecil dari 0,05, maka kesimpulannya terjadi Heteroskedastisitas. Berikut ini adalah hasil dari uji Heteroskedastisitas:

Tabel 4.5
Hasil Uji Heterokodisitas

		Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.186	.307		10.392	.000		
	MEDIA SOSIAL X1	.140	.063	.115	2.238	.026	1.000	1.000
	GAYA HIDUP (X2)	.049	.050	.051	.985	.325	1.000	1.000

a. Dependent Variable: MINAT Y

Sumber: Data Olah SPSS 25

Berdasarkan tabel di atas pada uji Heteroskedastisitas diketahui nilai Validasi sig sebesar 0.26 dan 0.325 > 0.05 dari media sosial dan gaya hidup lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas pada penelitian.

3. Uji Hipotesis

a) Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen perbedaan temporer dan perbedaan permanen terhadap variabel dependen persistensi laba. Model regresi ini digunakan untuk dapat menguji hipotesis-hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian. Dari uji regresi linear berganda memiliki tujuan yaitu untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh variabel bebas yakni Media Sosial dan Gaya Hidup (X1, dan X2) terhadap Minat Berwira Usaha (Y). Berikut hasil regresi linear berganda:

Tabel 4.6
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a								
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.186	.307		10.392	.000		
	MEDIA SOSIAL X1	.140	.063	.115	2.238	.026	1.000	1.000
	GAYA HIDUP (X2)	.049	.050	.051	.985	.325	1.000	1.000

a. Dependent Variable: MINAT Y

Sumber: Data Olah SPSS 25

Bedasarkan table 4.6 di atas diperoleh nilai Kostantan (a) dan nilai Koefisien regresi (b) yang selanjutnya dapat dibentuk persamaan Regresi Berganda sebagai berikut:

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

$$Y = 3,186 + 0.140X_1 + 0,49X_2 + e$$

Penjelasan

Y: Minat Berwira Usaha

a,b : Alpha (Kostanta)

X1: Media Sosial

X2: Gaya Hidup

e: Error (Residual)

Berdasarkan persamaan diatas, dapat diperoleh hasil:

- 1) Konstanta (α) sebesar 3,186 menunjukkan bahwa apabila variabel Media Sosial (X_1) dan Gaya Hidup (X), maka nilai Minat Berwirausaha (Y) diperkirakan sebesar 3,186. Artinya, meskipun tanpa pengaruh dari media sosial dan gaya hidup, mahasiswa tetap memiliki tingkat minat berwirausaha sebesar 3,186 satuan. Hal ini bisa disebabkan oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model ini.

- 2) Koefisien variabel Media Sosial (X_1) sebesar 0,140 berarti bahwa bernilai positif setiap peningkatan satu satuan pada variabel Media Sosial akan meningkatkan Minat Berwirausaha sebesar 0,140 satuan, dengan asumsi variabel lainnya tetap (*ceteris paribus*). Temuan ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial memiliki pengaruh positif terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Semakin sering mahasiswa mengakses dan memanfaatkan media sosial, semakin tinggi pula kecenderungan mereka untuk tertarik dan terlibat dalam aktivitas kewirausahaan.
- 3) Koefisien regresi variabel Gaya Hidup (X_2) sebesar 0,490 mengindikasikan bahwa setiap peningkatan satu satuan dalam gaya hidup akan meningkatkan Minat Berwirausaha sebesar 0,490 satuan, dengan asumsi variabel lainnya tetap. Koefisien ini lebih besar dibandingkan dengan media sosial, yang menunjukkan bahwa gaya hidup mahasiswa memiliki pengaruh yang lebih kuat terhadap minat mereka untuk berwirausaha. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat gaya hidup seseorang, semakin besar pula dorongan untuk menumbuhkan jiwa wirausaha, khususnya di kalangan mahasiswa. Gaya hidup modern yang cenderung konsumtif, mengikuti tren, dan menuntut pemenuhan kebutuhan sekunder hingga tersier, secara tidak langsung menciptakan tuntutan ekonomi yang lebih tinggi. Dalam konteks ini, mahasiswa yang memiliki gaya hidup tinggi cenderung terdorong untuk mencari

alternatif pendapatan guna memenuhi kebutuhan tersebut secara mandiri, salah satunya melalui kegiatan wirausaha. Gaya hidup yang tinggi bukan hanya terkait dengan pengeluaran, tetapi juga dengan cara pandang terhadap kualitas hidup, efisiensi waktu, kebebasan finansial, serta keinginan untuk menjadi lebih mandiri dan berdaya saing. Mahasiswa dengan gaya hidup seperti ini cenderung lebih terbuka terhadap peluang, aktif mencari informasi, dan tertarik pada aktivitas yang dapat meningkatkan status sosial atau personal branding mereka. Wirausaha menjadi salah satu jalur yang dianggap relevan, karena memberikan fleksibilitas, potensi pendapatan yang tidak terbatas, serta kesempatan untuk menyalurkan kreativitas.

- 4) Error (e) dalam persamaan menunjukkan adanya variabel-variabel lain di luar model ini yang juga dapat memengaruhi minat berwirausaha mahasiswa, yang belum dimasukkan ke dalam persamaan regresi.

Secara keseluruhan, model ini menunjukkan bahwa baik media sosial maupun gaya hidup memiliki pengaruh positif terhadap minat berwirausaha mahasiswa, dengan gaya hidup sebagai variabel yang memberikan pengaruh paling dominan di antara keduanya.

b) Uji Parsial (t)

Dilakukannya uji t guna untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel Media Sosial dan Gaya Hidup secara parsial Minat Berwirausaha Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Metro. Adapun hasil dari t

hitung dapat dilihat pada Coefficient, sedangkan nilai uji t dapat dilihat pada p-value (sig) pada masing-masing variabel independen. Pengambilan keputusan berdasarkan: apabila nilai signifikansi $>0,05$ maka variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Begitu juga sebaliknya, apabila nilai sig $<0,05$ maka variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

Tabel 4.7
Hasil Uji t

Coefficients ^a								
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.186	.307		10.392	.000		
	MEDIA SOSIAL X1	.140	.063	.115	2.238	.026	1.000	1.000
	GAYA HIDUP (X2)	.049	.050	.051	.985	.325	1.000	1.000

a. Dependent Variable: MINAT Y

Sumber: Data Olah SPSS 25

Hasil yang diperoleh pada uji t diatas yaitu t hitung dan nilai nilai signifikansi pada Media Sosial dan Gaya Hidup menggunakan $\alpha = 5\%$ dan uji dua sisi, sebagai berikut:

- 1) Jika nilai t hitung $>$ t tabel dan nilai signifikansi $< 0,05$, maka variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Ha diterima).
- 2) Sebaliknya, jika t hitung $<$ t tabel dan nilai signifikansi $> 0,05$, maka variabel independen tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Ho diterima).

Dalam penelitian ini, jumlah sampel sebanyak 378 responden, sehingga derajat kebebasan (df) adalah $n - k = 378 - 3 = 375$ (dengan k = jumlah variabel independen + 1 untuk konstanta). Berdasarkan tabel distribusi t dengan taraf signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$), maka diperoleh t tabel sebesar 1,97.

a) Uji t untuk menguji Valid variable Media Sosial terhadap Minat.

Berdasarkan hasil output SPSS, diperoleh nilai t hitung sebesar 2,238 dan nilai signifikansi sebesar 0,026. Karena t hitung (2,238) $>$ t tabel (1,97) dan nilai signifikansi (0,026) $<$ 0,05, maka H_a diterima dan H_o ditolak. Artinya, variabel Media Sosial berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha mahasiswa.

Dengan demikian, semakin aktif mahasiswa dalam menggunakan media sosial, khususnya untuk hal-hal yang berkaitan dengan kewirausahaan, maka semakin tinggi pula minat mereka untuk terjun ke dunia usaha. Media sosial berperan penting sebagai sarana penyebaran informasi, motivasi, dan inspirasi kewirausahaan. Mahasiswa yang mengikuti akun-akun bisnis, komunitas wirausaha, atau konten edukatif tentang bisnis di media sosial cenderung memiliki dorongan lebih besar untuk memulai usaha sendiri.

b) Uji t untuk menguji Valid variable Gaya Hidup terhadap Minat.

Pada variabel Gaya Hidup, diperoleh nilai t hitung sebesar 0,985 dan nilai signifikansi sebesar 0,325. Karena t hitung ($0,985$) < t tabel ($1,97$) dan nilai signifikansi ($0,325$) > $0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Dengan demikian, variabel Gaya Hidup tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Berwirausaha mahasiswa.

Hasil ini menunjukkan bahwa meskipun mahasiswa memiliki gaya hidup tertentu—seperti mengikuti tren, gaya hidup konsumtif, atau modernitas—hal tersebut tidak secara langsung mempengaruhi minat mereka dalam berwirausaha. Kemungkinan besar, gaya hidup yang dimiliki lebih condong kepada pengeluaran (konsumsi) daripada orientasi pada penciptaan nilai atau pendapatan melalui aktivitas usaha. Ini menegaskan bahwa gaya hidup bukanlah faktor dominan dalam mendorong mahasiswa untuk memulai usaha..

Hasil uji t menunjukkan bahwa dari dua variabel independen yang diuji:

1. Variabel Media Sosial (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha (Y). Artinya, penggunaan media sosial secara efektif dapat menjadi pendorong dalam meningkatkan semangat dan niat mahasiswa untuk terjun ke dunia usaha.
2. Variabel Gaya Hidup (X_2) tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha (Y). Ini berarti bahwa perbedaan atau

perubahan gaya hidup mahasiswa tidak cukup kuat untuk memengaruhi minat mereka dalam memulai usaha mandiri.

Variabel Media Sosial (X_1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha (Y). Ini berarti bahwa penggunaan media sosial yang efektif dan informatif dapat meningkatkan keinginan mahasiswa untuk menjadi wirausaha. Sementara itu, Variabel Gaya Hidup (X_2) tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap Minat Berwirausaha (Y), yang berarti bahwa perubahan atau perbedaan gaya hidup mahasiswa tidak cukup kuat untuk memengaruhi minat mereka dalam memulai usaha secara mandiri.

c) Uji F (*Silmutan*)

Uji F atau Uji Simultan merupakan menguji atau mengkonfirmasi hipotesis tentang pengaruh antara variabel Media Sosial, dan Gaya Hidup secara bersama-sama terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Metro.

Table 4.8
Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3.711	2	1.856	3.023	.050 ^b
	Residual	229.572	374	.614		
	Total	233.284	376			

a. Dependent Variable: MINAT Y

b. Predictors: (Constant), GAYA HIDUP (X_2), MEDIA SOSIAL X_1

Sumber: Data Olah SPSS 25

Penghitungan nilai f dengan cara yang dilakukan di atas, menunjukkan bahwa nilai statistik f sebesar 3.023. Angka tersebut umumnya disebut pula sebagai nilai f hitung. Uji f adalah

membandingkan nilai f hitung dengan nilai f tabel untuk melihat apakah variabel X secara bersama-sama berpengaruh secara Validasi terhadap variabel Y . Adapun hipotesis yang akan diuji sebagai berikut:

H_0 : Media Sosial dan Gaya Hidup tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha.

H_{a1} : Media Sosial dan Gaya Hidup berpengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha.

Dengan menggunakan derajat kesalahan yang ditolerir adalah 5% (dibaca: $\alpha = 0,05$), dan karena jumlah sampel adalah sebanyak 378 maka jumlah parameter yang diuji (∞) 2, jumlah variabel (k) 3 dan df ($n-k$) adalah jumlah variabel bebas. Jadi $378-3 = 375$, maka diperoleh untuk f tabel sebesar 3,02.

Dari penjelasan di atas, dihasilkan f hitung sebesar 3.023 dan f tabel sebesar 3.02 artinya nilai f hitung lebih besar dari f tabel ($3.023 > 3.02$). Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa $H_0 : r = 0$ atau H_0 ditolak dan $H_0 : r \neq 0$ atau H_a diterima, atau dalam artian Media sosial dan Gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap Minat Berwira Usaha Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Metro. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi media sosial dan tingkat gaya hidup seseorang, semakin besar pula dorongan untuk menumbuhkan jiwa wirausaha, khususnya di kalangan mahasiswa. Semakin sering mahasiswa mengakses dan memanfaatkan media sosial, semakin tinggi pula kecenderungan mereka untuk tertarik dan terlibat dalam aktivitas kewirausahaan. Hal

ini disebabkan oleh sifat media sosial yang tidak hanya sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai wadah pembelajaran, inspirasi, dan eksposur terhadap berbagai peluang usaha. Gaya hidup modern yang cenderung konsumtif, mengikuti tren, dan menuntut pemenuhan kebutuhan sekunder hingga tersier, secara tidak langsung menciptakan tuntutan ekonomi yang lebih tinggi

d) Koefisien Deteriminasi (R^2)

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen.

Tabel 4.9

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.126 ^a	.016	.011	.783

a. Predictors: (Constant), GAYA HIDUP (X2), MEDIA SOSIAL X1

b. Dependent Variable: MINAT Y

Berdasarkan Tabel 4.9, nilai R (korelasi) sebesar 0,126 menunjukkan bahwa hubungan antara variabel independen yaitu *Media Sosial (X1)* dan *Gaya Hidup (X2)* terhadap variabel dependen *Minat (Y)* tergolong sangat lemah, karena berada di bawah angka 0,20.

Nilai R Square sebesar 0,16 berarti bahwa sebesar 16% variasi atau perubahan dalam variabel Minat (Y) dapat dijelaskan oleh variabel *Media Sosial* dan *Gaya Hidup* dalam model regresi ini. Dengan kata lain, model hanya mampu menjelaskan 16% dari keseluruhan variasi data, sedangkan sisanya yaitu sebesar 84% dijelaskan oleh faktor lain di luar model ini.

Selanjutnya, nilai Adjusted R Square sebesar 0,011 digunakan untuk menyesuaikan nilai R Square terhadap jumlah variabel bebas dalam model dan ukuran sampel yang digunakan. Nilai ini masih menunjukkan hasil yang rendah, yang berarti bahwa model regresi belum cukup baik atau belum signifikan dalam menjelaskan variabel Minat (Y).

Sementara itu, nilai Standard Error of the Estimate sebesar 0,783 menunjukkan besarnya penyimpangan nilai prediksi dari nilai aktual. Semakin kecil nilai ini, maka semakin akurat model dalam melakukan prediksi. Namun, nilai 0,783 relatif tinggi jika skala pengukuran dari variabel dependen cukup sempit, sehingga dapat dikatakan bahwa model ini belum akurat dalam melakukan prediksi terhadap Minat (Y).

Berdasarkan hasil output pada Tabel Model Summary, dapat disimpulkan bahwa model regresi yang dibangun belum mampu menjelaskan pengaruh variabel Media Sosial dan Gaya Hidup secara signifikan terhadap Minat. Oleh karena itu, perlu dilakukan pengujian lanjutan pada tabel ANOVA dan Koefisien untuk melihat apakah terdapat pengaruh signifikan secara simultan maupun parsial antar variabel. Penelitian ini berjudul Pengaruh Media Sosial dan Gaya Hidup Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Metro dengan hasil dimana R Square bahwa sebesar 1,6% variasi atau perubahan dalam variabel Minat (Y) dapat dijelaskan oleh variabel *Media Sosial* dan *Gaya Hidup* dalam model regresi

ini. Dengan kata lain, model hanya mampu menjelaskan 1,6% dari keseluruhan variasi data, sedangkan sisanya yaitu sebesar 98,4% dijelaskan oleh faktor lain di luar model ini.

Selanjutnya, nilai Adjusted R Square sebesar 0,011 digunakan untuk menyesuaikan nilai R Square terhadap jumlah variabel bebas dalam model dan ukuran sampel yang digunakan. Nilai ini masih menunjukkan hasil yang rendah, yang berarti bahwa model regresi belum cukup baik atau belum signifikan dalam menjelaskan variabel Minat (Y).

D. Pengaruh Media Sosial dan Gaya Hidup Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Ekonomi Syaiah IAIN Metro.

1. Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Berwira Usaha

Bedasarkan uji membuktikan hipotesis bahwa hipotesis H_a diterima dan H_o ditolak artinya media social berpengaruh terhadap minat berwira usaha. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi intensitas atau pemanfaatan media sosial oleh mahasiswa, maka semakin tinggi pula minat mereka dalam berwirausaha. Artinya, media sosial berperan sebagai saluran informasi, inspirasi, dan motivasi yang dapat mendorong mahasiswa untuk tertarik memulai usaha.

Hal ini disinyalirkan karena dalam konten media sosial banyak menampilkan edukasi berjualan atau mendapatkan penghasilan dengan cara yang relatif mudah sehingga penonton memiliki keinginan melakukan hal yang sama. Media sosial saat ini tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi dan hiburan, tetapi juga telah berkembang menjadi platform

penyebaran informasi dan edukasi yang sangat luas. Salah satu konten yang banyak diminati adalah konten yang memberikan edukasi tentang cara berjualan, membangun usaha, hingga memperoleh penghasilan tambahan, baik melalui bisnis daring, dropshipping, afiliasi, maupun aktivitas kreatif lainnya. Konten-konten tersebut umumnya disajikan dalam format yang menarik, ringan, dan mudah dipahami, sehingga memberikan kesan bahwa aktivitas kewirausahaan dapat dilakukan dengan cara yang relatif mudah dan tidak memerlukan modal besar.

Qs. Al-AhZab (33:9)

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اذْكُرُوا نِعْمَةَ اللَّهِ عَلَيْكُمْ إِذْ جَاءَتْكُمْ جُنُودٌ فَأَرْسَلْنَا عَلَيْهِمْ رِيحًا وَجُنُودًا لَّمْ تَرَوْهَا ۚ وَكَانَ اللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ بَصِيرًا

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman! Ingatlah akan nikmat Allah (yang telah dikaruniakan) kepadamu ketika bala tentara datang kepadamu, lalu Kami kirimkan kepada mereka angin topan dan bala tentara yang tidak dapat terlihat olehmu. Allah Maha Melihat apa yang kamu kerjakan”.¹ Qs. Al-AhZab (33:9)

Ayat ini menggambarkan bagaimana pertolongan Allah dapat datang melalui cara-cara yang tidak kasat mata, bahkan di luar nalar manusia. Jika dikaitkan dengan konteks kehidupan masa kini, terutama dalam penggunaan media sosial, ayat ini mengajarkan bahwa kekuatan yang tidak terlihat seperti pengaruh informasi, pesan moral, atau konten digital dapat membawa dampak besar, baik positif maupun negatif. Media sosial merupakan sarana yang tidak terlihat secara fisik, namun memiliki

¹ <https://quran.kemenag.go.id/>

pengaruh luar biasa terhadap cara berpikir, bersikap, dan berperilaku seseorang. Melalui media sosial, opini publik dapat dibentuk, nilai-nilai bisa dipertajam atau justru dilunturkan. Oleh karena itu, penting bagi seorang Muslim untuk menyadari bahwa apa yang ia bagikan dan konsumsi di media sosial merupakan bagian dari amal perbuatannya, yang dilihat oleh Allah. Media sosial seharusnya digunakan sebagai alat untuk menyebarkan kebaikan, mengingatkan sesama, dan memperkuat keimanan, bukan sebagai sarana untuk menyebarkan kebencian, fitnah, atau kemaksiatan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yuliana Siyati, di mana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa media sosial berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha. Media sosial yang paling memberikan dampak signifikan antara lain WhatsApp, TikTok, Instagram, dan Facebook, yang terbukti dapat mendorong minat mahasiswa untuk berwirausaha.

Media sosial merupakan sarana bersosialisasi dan berbagi informasi yang sangat potensial dalam mendorong minat berwirausaha. Melalui akses terhadap berbagai konten yang berkaitan dengan dunia bisnis di media sosial, mahasiswa dapat memperoleh inspirasi, mempelajari strategi-strategi bisnis, serta termotivasi untuk memulai usaha mereka sendiri.

Media sosial memiliki peran penting dalam mendorong minat berwirausaha, khususnya bagi mahasiswa, melalui fungsinya sebagai alat

komunikasi, kolaborasi, dan jaringan sosial. Sebagai alat komunikasi, media sosial memungkinkan interaksi yang lebih interaktif dibandingkan media tradisional, seperti melalui komentar dan pesan langsung, sehingga mempermudah penyebaran informasi bisnis. Dalam konteks kolaborasi, media sosial memberikan ruang bagi pengguna untuk tidak hanya mengonsumsi informasi, tetapi juga berkontribusi dalam pembuatan konten dan kerja sama, seperti dalam forum diskusi atau proyek bisnis bersama. Sementara itu, sebagai alat jaringan sosial, media sosial menjadi sarana bersosialisasi dan membangun relasi yang potensial, baik dengan sesama mahasiswa maupun pelaku usaha lainnya. Penelitian Yuliana Siyati menunjukkan bahwa media sosial berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha, di mana platform seperti WhatsApp, TikTok, Instagram, dan Facebook memberikan dampak signifikan dalam mendorong mahasiswa untuk memulai usaha. Dengan akses yang luas terhadap berbagai konten bisnis, mahasiswa dapat memperoleh inspirasi, belajar strategi bisnis, dan termotivasi untuk berwirausaha secara mandiri.

2. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Minat Berwira Usaha

Bedasarkan uji t untuk membuktikan bahwa hipotesis H_a diterima, artinya gaya hidup berpengaruh terhadap minat berwirausaha. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel gaya hidup mahasiswa, baik dalam aktivitas sehari-hari, minat terhadap sesuatu, maupun opini mereka, tidak memiliki hubungan yang kuat atau signifikan dalam mendorong minat untuk berwirausaha. Artinya, meskipun mahasiswa

memiliki gaya hidup yang aktif atau modern, hal itu belum tentu berkorelasi dengan keinginan untuk memulai usaha. Hal ini disebabkan gaya hidup yang tidak sesuai dengan kemampuan membuat mahasiswa untuk bersusah payah dalam mendapat penghasilan. Mereka cenderung gengsi berwira usaha dengan bersusah payah berjualan menghasilkan semakin tinggi gaya hidup semakin menumbuhkan semangat berwirausaha.

عِبَادُ الرَّحْمَنِ الَّذِينَ يَمْشُونَ عَلَى الْأَرْضِ هَوْنًا وَإِذَا خَاطَبَهُمُ الْجَاهِلُونَ قَالُوا سَلَامًا

Artinya: "Adapun hamba-hamba Tuhan Yang Maha Pengasih itu adalah orang-orang yang berjalan di bumi dengan rendah hati dan apabila orang-orang bodoh menyapa mereka (dengan kata-kata yang menghina), mereka mengucapkan salam," (QS. Al-Furqan [25]: 63).²

Dalam Al-Qur'an surat Al-Furqan ayat 63, Allah Swt. menjelaskan salah satu ciri dari hamba-hamba-Nya yang dicintai, yaitu mereka yang menjalani kehidupan dengan rendah hati dan mampu menjaga sikap ketika menghadapi perlakuan tidak menyenangkan. Ayat tersebut berbunyi: "Adapun hamba-hamba Tuhan Yang Maha Pengasih itu adalah orang-orang yang berjalan di bumi dengan rendah hati dan apabila orang-orang bodoh menyapa mereka (dengan kata-kata yang menghina), mereka mengucapkan salam." (QS. Al-Furqan [25]: 63). Ayat ini menunjukkan bahwa gaya hidup seorang Muslim seharusnya mencerminkan sikap

²<https://quran.kemenag.go.id/>

tawadhu' (rendah hati), kesederhanaan, dan kedamaian dalam bersosialisasi. Dalam konteks kehidupan modern, termasuk dalam penggunaan media sosial dan interaksi sosial sehari-hari, gaya hidup seperti ini sangat relevan. Hamba Allah yang rendah hati tidak terjebak dalam perilaku pamer (riya') atau hedonisme, serta tidak mudah terpancing provokasi atau konflik, tetapi justru merespons dengan tenang dan bijak. Gaya hidup ini mencerminkan nilai-nilai Islam yang menekankan keseimbangan antara aspek spiritual dan sosial, serta mendorong individu untuk menjaga etika, mengendalikan diri, dan mengedepankan akhlak mulia dalam segala situasi.

Seseorang dapat dilihat dari beberapa faktor dimana: Aktivitas yakni Apa yang dilakukan sehari-hari, seperti kegiatan kampus, nongkrong, atau penggunaan media. Kedua Minat yakni Ketertarikan terhadap suatu bidang seperti fashion, teknologi, atau makanan. Ketiga Opini yakni Pandangan terhadap isu-isu tertentu, baik ekonomi, sosial, maupun budaya.³

Namun, dari hasil penelitian, ketiga indikator ini belum mampu menjelaskan secara signifikan peningkatan minat berwirausaha mahasiswa. Hal ini bisa terjadi karena mahasiswa mungkin memiliki gaya hidup yang lebih konsumtif daripada produktif, atau lebih tertarik pada tren dan kenyamanan dibanding pada tantangan membangun usaha.

³Brandon, L., & Forney, J. C, *Fashion marketing*, (New York City: McGraw-Hill Education, 2002), hlm, 221

Hasil yang didapat pada penelitian ini sama dengan yang diteliti oleh Rahayu Mardikaningsih dkk, dimana dengan Judul” *“Pengaruh Prestasi Akademik, Literasi Bisnis, Dan Gaya Hidup Terhadap Intensi Mahasiswa Berwirausaha”* pada penelitian tersebut gaya hidup dari seseorang memberikan pengaruh terhadap minat seseorang dalam melakukan pekerjaan.⁴ Mengacu pada teori Brandon dan Forney, gaya hidup didefinisikan sebagai cara hidup individu yang tercermin dalam aktivitas, minat, dan opini, serta bagaimana mereka mengalokasikan waktu, uang, dan perhatian terhadap berbagai aspek kehidupan. Meskipun gaya hidup mencerminkan pola perilaku seseorang dalam keseharian, hasil penelitian ini menyiratkan bahwa gaya hidup saja tidak cukup untuk mendorong intensi berwirausaha. Faktor lain seperti motivasi intrinsik, kesiapan mental, akses terhadap modal, dukungan sosial dan keluarga, serta lingkungan yang mendukung, cenderung memiliki pengaruh yang lebih kuat dalam membentuk minat mahasiswa untuk berwirausaha. Dengan demikian, gaya hidup dapat menjadi bagian dari faktor pendukung, namun bukan satu-satunya penentu dalam pembentukan minat berwirausaha.

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa meskipun gaya hidup mahasiswa mencerminkan karakteristik tertentu dalam aktivitas, minat, dan opini mereka, hal itu tidak serta-merta mendorong keinginan untuk berwirausaha. Bisa jadi, faktor lain seperti motivasi internal, modal,

⁴Mardikaningsih, R, Darmawan, Didit, Pengaruh Prestasi Akademik, Literasi Bisnis, Dan Gaya Hidup Terhadap Intensi Mahasiswa Berwirausaha, *Jurnal Ilmiah Satyagraha*, Vol. 6, No. 2, (2023), hlm, 207

dukungan keluarga, atau pengaruh lingkungan lebih berperan dalam membentuk minat berwirausaha.

3. Dari penjelasan di atas, dihasilkan f hitung sebesar 3.023 dan f tabel sebesar 3,02 artinya nilai f hitung lebih besar dari f tabel ($3,023 > 3,02$). Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa $H_0 : r = 0$ atau H_0 ditolak dan $H_0 : r \neq$ atau H_a diterima, atau dalam artian Media sosial dan Gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap Minat Berwira Usaha Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Metro. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi media sosial dan tingkat gaya hidup seseorang, semakin besar pula dorongan untuk menumbuhkan jiwa wirausaha, khususnya di kalangan mahasiswa. Semakin sering mahasiswa mengakses dan memanfaatkan media sosial, semakin tinggi pula kecenderungan mereka untuk tertarik dan terlibat dalam aktivitas kewirausahaan. Hal ini disebabkan oleh sifat media sosial yang tidak hanya sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai wadah pembelajaran, inspirasi, dan eksposur terhadap berbagai peluang usaha. Gaya hidup modern yang cenderung konsumtif, mengikuti tren, dan menuntut pemenuhan kebutuhan sekunder hingga tersier, secara tidak langsung menciptakan tuntutan ekonomi yang lebih tinggi.
4. Media Sosial dan Gaya hidup terhadap Minat Berwirausaha pada uji R square memiliki nilai Adjusted R Square sebesar 0,011 digunakan untuk menyesuaikan nilai R Square terhadap jumlah variabel bebas dalam model dan ukuran sampel yang digunakan. Nilai ini masih menunjukkan hasil

yang rendah, yang berarti bahwa model regresi belum cukup baik atau belum signifikan dalam menjelaskan variabel Minat (Y).

Temuan ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Dewi Oktaviani, di mana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa mahasiswa IAIN Metro menggunakan media sosial seperti Instagram, WhatsApp, dan Facebook. Media sosial tersebut telah menjadi bagian dari gaya hidup (lifestyle) mahasiswa IAIN Metro. Pengaruh media sosial terhadap gaya hidup mahasiswa memiliki dampak baik positif maupun negatif.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa meskipun media sosial dan gaya hidup merupakan bagian dari keseharian mahasiswa, namun dalam model regresi ini, pengaruh keduanya terhadap minat berwirausaha masih belum signifikan secara statistik. Hal ini mengindikasikan perlunya eksplorasi lebih lanjut terhadap variabel lain yang mungkin lebih berpengaruh. media sosial terhadap gaya hidup mahasiswa IAIN Metro memiliki dampak positif dan negatif⁵.

⁵ Dewi Oktaviani, PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP GAYA HIDUP MAHASISWA IAIN METRO, Skripsi, 2019

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil uji statistik, variabel Media Sosial (X_1) terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Minat Berwirausaha (Y). Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial yang efektif dan informatif dapat meningkatkan keinginan mahasiswa untuk menjadi seorang wirausaha. Media sosial memberikan akses cepat terhadap informasi kewirausahaan, kisah sukses pelaku bisnis, hingga tren pasar terkini, yang pada akhirnya mendorong mahasiswa untuk lebih tertarik dan percaya diri dalam memulai usaha sendiri.
2. Hasil analisis terhadap variabel Gaya Hidup (X_2) menunjukkan bahwa gaya hidup tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Minat Berwirausaha (Y). Artinya, perubahan atau perbedaan gaya hidup mahasiswa—meskipun terlihat dalam perilaku konsumtif atau mengikuti tren—tidak cukup kuat dalam memengaruhi keputusan atau ketertarikan mereka untuk memulai usaha. Hal ini menunjukkan bahwa aspek gaya hidup mahasiswa belum sepenuhnya mencerminkan dorongan kewirausahaan yang nyata, dan mungkin lebih bersifat konsumsi daripada produksi.
3. Secara umum, temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi media sosial dan tingkat gaya hidup seseorang, semakin besar pula dorongan

untuk menumbuhkan jiwa wirausaha, khususnya di kalangan mahasiswa. Semakin sering mahasiswa mengakses dan memanfaatkan media sosial, semakin tinggi pula kecenderungan mereka untuk tertarik dan terlibat dalam aktivitas kewirausahaan. Hal ini disebabkan oleh sifat media sosial yang tidak hanya sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai wadah pembelajaran, inspirasi, dan eksposur terhadap berbagai peluang usaha. Gaya hidup modern yang cenderung konsumtif, mengikuti tren, dan menuntut pemenuhan kebutuhan sekunder hingga tersier, secara tidak langsung menciptakan tuntutan ekonomi yang lebih tinggi. Sehingga kedua variable ini berkontribusi sebesar 16%.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang peneliti lakukan, ada beberapa hal yang dapat dipertimbangkan sebagai masukan untuk meningkatkan khasanah keilmuan mengenai pengaruh media sosial terhadap gaya hidup Mahasiswa IAIN Metro. Dalam hal ini saran tersebut adalah:

1. Mahasiswa diharapkan mampu mengelola pola gaya hidup secara lebih bijak dan produktif, sehingga dapat memberikan dampak positif bagi pengembangan diri, termasuk dalam membangun semangat kewirausahaan serta memperkuat nilai-nilai kemandirian dan tanggung jawab.
2. Mahasiswa diharapkan dapat menjalin interaksi sosial yang sehat dalam kelompok sebaya, serta terlibat aktif dalam kegiatan-kegiatan yang bersifat positif, kolaboratif, dan konstruktif, guna menciptakan lingkungan yang mendukung pertumbuhan pribadi maupun profesional

3. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar bagi pihak-pihak terkait, khususnya institusi pendidikan dan pembuat kebijakan, dalam merancang program pelatihan atau pembinaan yang bertujuan untuk menumbuhkan minat berwirausaha. Hal ini mencakup penyediaan akses terhadap sumber daya, pelatihan keterampilan bisnis, serta pemanfaatan media digital secara optimal sebagai sarana edukasi kewirausahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alyusi, Shiefti Dyah, *Media Sosial: Interaksi, Identitas dan Modal Sosial*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2016.
- Bambang, dan Sri, Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Mahasiswa Untuk Berwirausaha di Bidang Teknologi, *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIKOMSiN)*, Vol. 8, No. 2, 2020.
- Fauzan, Ahmad, "Pengaruh Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa", *Jurnal Pendidikan Kewirausahaan*, Vol. 5, No. 1, 2023.
- Ghozali, Imam, *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Universitas Dipenogoro, 2013.
- Handayani, V, *Pengaruh Media Sosial Dan Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Pakaian Pada Issue Shop Makassar*. Skripsi Universitas Muhammadiyah Makassar, 2023.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M, *Users of The World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media*. Amsterdam: Business Horizons, Vol. 53, N. 1, 2010.
- Kotler, P, Keller, and Kevin Lane, *Handbook of Research of Effective Advertising Strategies in the Social Media Age*, Cambridge: IGI Global, 2016.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary, *Principles of Marketing*, New Jersey: Prentice Hall, 2001.
- Kusumadewi, Ade Nurhayati, Implementasi Jiwa Wirausaha Dan Pemanfaatan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswi Purwakarta. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis "E-QIEN"*, Vol. 7, No. 2, 2020.
- L, Brandon, dan Forney, Fashion marketing, New York City: McGraw-Hill Education, 2002.
- Mulyandi, R, Muhammad, and Puspitasari, Veny A, Industri Kreatif, Media Sosial, Dan Minat Berwirausaha: Sinergi Menuju Pembangunan Berkelanjutan. *National Conference of Creative Industry*, Vol. 6, No. 3. 2018.
- Nurhayati, *Panduan Gaya Hidup Ramah Lingkungan*, Jakarta: Penerbit Hijau Nusantara, 2021.

- Priyatno, Duwi, *Pengolahan Data Terpraktis*, Yogyakarta: CV Amdi Offset, 2014.
- R. Mardikaningsih, Darmawan, Didit, Pengaruh Prestasi Akademik, Literasi Bisnis, Dan Gaya Hidup Terhadap Intensi Mahasiswa Berwirausaha, *Jurnal Ilmiah Satyagraha*, Vol. 6, No. 2, 2023.
- Rahayu, D, dan Sari, M, Pengaruh Minat Berwirausaha dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Kewirausahaan pada Mahasiswa, *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, Vol:4, No:1, 2020.
- Riyanti, Kewirausahaan: Dari Sudut Pandang Psikologi. Jakarta: Grasindo, 2003.
- Sahban, Amsal, Pengaruh Media Sosial dan Teknologi Digital Terhadap Minat Berwirausaha di Kalangan Mahasiswa Manajemen Bisnis, *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*, Vol: 7 No:3, 2024.
- Santosa, Purbayu Budi, dan Anshari, *Analisis Statistik Dengan Microsoft Excel & SPSS*, Yogyakarta: ANDI, 2005.
- Sanusi, Anwar, *Metodologi Penelitian Bisnis*, Jakarta: Salemba Empat, 2011.
- Sari, Lila, dan N, Sujana, Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha, *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, Vol:15, No:1, 2023.
- Siregar, *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*. Jakarta: Penerbit Mitra, 2020.
- Siregar, Syofian, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Bumi Aksara, 2014.
- Smih, Jane, "The Impact of Urbanization on Modern Lifestyles and Health" *Journal of Urban Studies*, Vol. 45, No. 3, 2023.
- Sriyati, Yulian, Paulina, Yustiana, dan Yuliana, Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Flores, *Jurnal Equilibrium*, Vol. 4, No. 1, 2024.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Tanzeh, Ahmad, *Pengantar Metode Penelitian*. Yogyakarta: Teras, 2009.
- Varinder, Taprial, K, Priya, *Understanding Social Media*, London: Ventus Publishing ApS, 2017.
- Wijaya, Ahmad, *Kewirausahaan dan Pengembangan Usaha*, Jakarta: Penerbit Erlangga, 2010.

Wijaya, Ahmad, *Kewirausahaan: Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Penerbit Erlangga, 2008.

Yuniarti, Vinna Sri, *Perilaku Konsumen: Teori dan Praktik*, Bandung: Pustaka Setia, 2015.

Zimmerer, dan Scarborough, *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management (5th ed.)*. New Jersey: Pearson Prentice Hall, 2008.

LAMPIRAN-LAMPIRAN



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki. Hajar Dewantara 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id e-mail: iaim@metrouniv.ac.id

Nomor : B-2736/In.28.3/D.1/TL.00/12/2024
Lampiran : -
Perihal : **PEMBIMBING SKRIPSI**

Metro, 6 Desember 2024

Kepada Yth,
Diana Ambarwati, M.E.Sy (Dosen Pembimbing Skripsi)
Di-
Tempat

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dalam rangka menyelesaikan studinya, maka kami mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu untuk membimbing mahasiswa dibawah ini:

Nama : AMARA
NPM : 2103013001
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah (ESy)
Judul : Pengaruh media sosial dan gaya hidup terhadap minat berwirausaha mahasiswa ekonomi syariah IAIN metro

Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Dosen Pembimbing, membimbing mahasiswa sejak penyusunan proposal sampai dengan penulisan skripsi, dengan tugas untuk mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi skripsi Bab I s.d Bab IV
2. Waktu menyelesaikan skripsi maksimal 4 (empat) semester sejak SK Pembimbing Skripsi ditetapkan oleh Fakultas
3. Diwajibkan mengikuti pedoman penulisan karya ilmiah/skripsi yang ditetapkan oleh IAIN Metro
4. Banyaknya halaman skripsi antara 60 s.d 120 halaman dengan ketentuan sebagai berikut:
 - a. Pendahuluan $\pm$ 1/6 bagian
 - b. Isi $\pm$ 2/3 bagian
 - c. Penutup $\pm$ 1/6 bagian

Demikian surat ini disampaikan, atas kesediaan Bapak/Ibu diucapkan terima kasih

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Wakil Dekan Bidang Akademik dan
Kelembagaan FEBI

Putri Swastika

OUTLINE

PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN GAYA HIDUP TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA EKONOMI SYARIAH IAIN METRO

HALAMAN JUDUL

HALAMAN SAMPUL

NOTA DINAS

HALAMAN PERSETUJUAN

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

DAFTAR GAMBAR

DAFTAR TABEL

BAB I PENDAHULUAN

- A. Latar Belakang Masalah
- B. Identifikasi Masalah
- C. Batasan Masalah
- D. Rumusan Masalah
- E. Tujuan dan Manfaat Penelitian
- F. Penelitian Relevan

BAB II LANDASAN TEORI

- A. Konsep tentang Media Sosial
 - 1. Pengertian Media Sosial
 - 2. Jenis-Jenis Media Sosial
 - 3. Indikator Media Sosial
 - 4. Peran Media Sosial
- B. Konsep tentang Gaya Hidup
 - 1. Pengertian Gaya Hidup
 - 2. Indikator Gaya Hidup

- 3. Faktor yang Mempengaruhi Gaya Hidup
- C. Minat Berwirausaha
 - 1. Pengertian Minat Berwirausaha
 - 2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha
 - 3. Indikator Minat Berwirausaha
- D. Kerangka Berpikir
- E. Hipotesis Penelitian

BAB III METODE PENELITIAN

- A. Rancangan Penelitian
- B. Defenisi Operasional Variabel
- C. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling
- D. Teknik Pengumpulan Data
- E. Instrumen Penelitian
- F. Teknik Analisis Data

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

- A. Deskripsi Lokasi Penelitian
- B. Profil Responden penelitian
 - 1. Karakteristik Responden berdasarkan Usia
 - 2. Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin
- C. Deskripsi Data Hasil penelitian
 - 1. Penyajian Data Hasil Penelitian
 - 2. Uji Asumsi Klasik
 - 3. Uji Hipotesis
 - b. Analisis Regresi Berganda
 - c. Uji Kesesuaian
 - d. Uji Parsial (t)
 - e. Uji f (Silmutan)
 - f. Koefisien Determinasi
- D. Pembahasan

1. Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha
2. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Minat Berwirausaha
3. Pengaruh Media Sosial dan Gaya Hidup Terhadap Minat Berwirausaha

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

B. Saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Menyetujui,
Dosen Pembimbing



Dr. Diana Ambarwati, M.E.Sy
NIP. 198109162023212017

Metro,
Mahasiswa

Maret 2025



AMARA
NPM 2103013001

ALAT PENGUMPULAN DATA (APD)

PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN GAYA HIDUP TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA EKONOMI SYARIAH IAIN METRO

A. IDENTITAS RESPONDEN

Nama :
Jenis Kelamin :
Nama KSP :
Pendidikan Terakhir :
Jabatan :

B. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Pada setiap item kuesioner, berilah penilaian seberapa jauh Bapak/Ibu/Sdr/I setuju dengan pernyataan yang tersedia. Isilah jawaban atas pernyataan pada kuesioner ini dan jangan ada yang terlewatkan. Berilah tanda check list (√) pada salah satu jawaban dengan pemahaman Bapak/Ibu/Sdr/I dengan keterangan sebagai berikut:

STS = Sangat Tidak Setuju

TS = Tidak Setuju

KS = Kurang Setuju

S = Setuju

SS = Sangat Setuju

1. Media Sosial

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
1.	Media sosial mempermudah saya dalam berkomunikasi dengan orang lain.					
2.	Saya sering menggunakan media sosial untuk bekerja sama dalam suatu proyek atau kegiatan.					
3.	Saya menggunakan media sosial untuk memperluas jaringan sosial saya.					
4.	Pendapat dan informasi dari media sosial mempengaruhi pandangan dan keputusan saya.					

5.	Media sosial membantu saya dalam memahami dan mengikuti tren bisnis serta pemasaran.					
----	--	--	--	--	--	--

2. Gaya Hidup

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
1.	Saya aktif mengikuti berbagai kegiatan yang sesuai dengan minat saya					
2.	Saya sering menghabiskan waktu untuk melakukan aktivitas yang sesuai dengan gaya hidup saya..					
3.	Saya memiliki minat yang tinggi terhadap tren terbaru dalam kehidupan sehari-hari.					
4.	Saya lebih memilih produk atau layanan yang sesuai dengan minat pribadi saya.					
5.	Saya sering menyampaikan opini saya terkait gaya hidup dan tren terkini.					
6.	Saya merasa opini saya mempengaruhi orang lain dalam memilih gaya hidup mereka.					

3. Minat Berwirausaha

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
1.	Saya menganggap wirausahawan sebagai pahlawan yang memberikan kontribusi besar bagi masyarakat.					
2.	Saya merasa bahwa pendidikan kewirausahaan sangat penting untuk membangun usaha yang sukses.					
3.	Faktor ekonomi dan kependudukan berpengaruh terhadap minat saya dalam berwirausaha.					
4.	Saya menyadari adanya pergeseran dari ekonomi berbasis manufaktur ke ekonomi berbasis jasa.					

5.	Saya tertarik dengan gaya hidup bebas yang dapat diperoleh melalui kewirausahaan.					
----	---	--	--	--	--	--

C. Dokumentasi

1. Dokumentasi langsung berupa foto.

Menyetujui,
Dosen Pembimbing



Dr. Diana Ambarwati, M.E.Sy
NIP. 198109162023212017

Metro,
Mahasiswa

Maret 2025



AMARA
NPM 2103013001

PERMOHONAN SURAT IZIN RESEARCH

Kepada Yth.,
Dekan Fakultas
di-
IAIN Metro

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : AMARA
NPM : 2103013001
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah (ESy)
Semester : 8 (Delapan)
IPK Sementara : 3,49 (Tiga Koma Empat Sembilan)
Alamat Tempat Tinggal : Dusun 1 Bumi nabung ilir
HP. 81977222141

Dengan ini mengajukan permohonan Surat Izin Research dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi.
Judul dan Tempat Research sebagai berikut:

Judul Tugas Akhir/Skripsi : Pengaruh Media Sosial Dan Gaya Hidup Terhadap Minat Berwirausaha
Mahasiswa Ekonomi Syariah Iain Metro
Tempat Research : FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN METRO

Sebagai bahan pertimbangan, berikut ini saya lampirkan persyaratannya:

1. Asli Kartu Rencana Studi (KRS) terbaru (memprogram Tugas Akhir/Skripsi)
2. Fotokopi Pengesahan Proposal
3. Fotokopi Surat Bimbingan Skripsi yang dikeluarkan Jurusan
4. Fotokopi Kartu Konsultasi Bimbingan Skripsi Acc BAB I-III (untuk S1), Acc Outline (untuk D3)

Demikian Surat Permohonan ini saya sampaikan, atas perkenannya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum. Wr. Wb.



Metro, 19 Maret 2025
Pendaftar,

AMARA
NPM 2103013001

SURAT PERMOHONAN BALASAN RESEARCH

Kepada Yth :
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Di-
Tempat

Assalamualaikum Wr. Wb.

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : AMARA
NPM : 2103013001
Semester : VIII (Delapan)
Prodi : Ekonomi Syariah

Dengan ini mengajukan permohonan surat balasan izin RESEARCH dalam rangka menyelesaikan tugas akhir atau skripsi.

Judul Skripsi : PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN GAYA HIDUP
TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA
EKONOMI SYARIAH IAIN METRO

Tanggal *Research* : 28 Mei 2025

Demikian permohonan surat *research* ini saya sampaikan, atas perhatiannya saya ucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Metro, 28 Mei 2025
Pemohon,



AMARA
NPM 2103013001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iaim@metrouniv.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: B-0417/In.28/D.1/TL.01/03/2025

Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro, menugaskan kepada saudara:

Nama : **AMARA**
NPM : 2103013001
Semester : 8 (Delapan)
Jurusan : Ekonomi Syaria`h

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN METRO, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "Pengaruh Media Sosial Dan Gaya Hidup Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Ekonomi Syariah Iain Metro".
 2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.



Mengetahui,
Pejabat Setempat

[Signature]
IRI PRAMAYATI

Dikeluarkan di : Metro
Pada Tanggal : 24 Maret 2025

Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Zumaroh S.E.I, M.E.Sy
NIP 19790422 200604 2 002



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara 15A Iringmulyo, Metro Timur, Kota Metro, Lampung, 34111
Telepon (0725) 41507, Faksimili (0725) 47296

SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa;

Nama : Amara
NPM : 2103013001
Jurusan : Ekonomi Syariah

Adalah benar-benar telah mengirimkan naskah Skripsi berjudul **Pengaruh Media Sosial Dan Gaya Hidup Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Metro** untuk diuji plagiasi. Dan dengan ini dinyatakan **LULUS** menggunakan aplikasi Turnitin dengan **Score 24%**.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 10 Juni 2025
Ketua Program Studi Ekonomi Syariah



Muhammad Mujib Baidhowi, M.E.
NIP. 199103112020121005



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id, website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Amara

Jurusan/Fakultas : ESy / FEBI

NPM : 2103013001

Semester/TA : VIII / 2025

No.	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	7/2025 /5	- Perbaiki tata penulisan data - Perbaiki band penul penulisan hasil uji statistik - Perbaiki pembahasan + analisa pentul mlg + tambas teori/pentul → Perbaiki kesimpulan → lebih menggunakan argumen pada implikasi teori.	

Dosen Pembimbing

Diana Ambarwati, M.E.Sy
NIP. 198109162023212017

Mahasiswa Ysb

Amara
NPM. 2103013001



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id, website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Amara

Jurusan/Fakultas : ESy / FEBI

NPM : 2103013001

Semester/TA : VIII / 2025

No.	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
		- Ace U/ & defarkan Munagasy	

Dosen Pembimbing



Diana Ambarwati, M.E.Sy
NIP. 198109162023212017

Mahasiswa Ysb



Amara
NPM. 2103013001



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id, website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Amara

Jurusan/Fakultas : ESy / FEBI

NPM : 2103013001

Semester/TA : VIII / 2025

No.	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	2/2025 6	-Perbaiki pengelompokan/pembahasan hal-hal penelitian	

Dosen Pembimbing



Diana Ambarwati, M.E.Sy
NIP. 198109162023212017

Mahasiswa Ysb



Amara
NPM. 2103013001



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id, website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Amara

Jurusan/Fakultas : ESy / FEBI

NPM : 2103013001

Semester/TA : VIII / 2025

No.	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	26/2025 /5	- Kumpulkan data secara manual.	

Dosen Pembimbing



Diana Ambarwati, M.E.Sy
NIP. 198109162023212017

Mahasiswa Ysb



Amara
NPM. 2103013001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email : febi.iain@metrouniv.ac.id Website : www.febi.metrouniv.ac.id

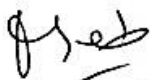
FOLMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama : Amara
Npm : 2103013001

Jurusan/Fakultas : ESy / FEBI
Semester / T A : VII/ 2024

No	Hari/Tanggal	Hal-Hal Yang Dibicarakan	Paraf
1	Senin 06 - Januari 2024	- Jangan menggunakan kata sambung di awal kalimat. - LBM → variabel gaya hidup belum dijelaskan. - kata asy di miringkan - Perhatikan penulisan footnote. - brku → judul di miringkan - jurnal → nama jurnal di miringkan - Rujuk brku 10 th terakhir, & jurnal 5 th terakhir	

Dosen Pembimbing



Diana Ambarwati, M.E.Sy
NIDN. 2116098101

Mahasiswa Ybs,



Amara
NPM: 2103013001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email : febi.iain@metrouniv.ac.id Website : www.febi.metrouniv.ac.id

FOLMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama : Amara
Npm : 2103013001

Jurusan/Fakultas : ESy / FEBI
Semester / T A : VII/ 2024

No	Hari/Tanggal	Hal-Hal Yang Dibicarakan	Paraf
	15/2025	- Perhatikan penulisan footnote & Daftar Pustaka, Perbaiki - Pilih Indikator sesuai dg teori yg relevan	

Dosen Pembimbing

Diana Ambarwati, M.E.Sy
NIDN. 2116098101

Mahasiswa Ybs,

Amara
NPM: 2103013001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296.
Email : febi.iain@metrouniv.ac.id Website : www.febi.metrouniv.ac.id

FOLMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama : Amara
Npm : 2103013001

Jurusan/Fakultas : ESy / FEBI
Semester / T A : VII/ 2024

No	Hari/Tanggal	Hal-Hal Yang Dibicarakan	Paraf
	7/2/2024	- Perbaiki kesalahan 3 minor ↳ penulisan footnote ↳ typo - fee up di seminarkan	

Dosen Pembimbing

Diana Ambarwati, M.E.Sy
NIDN. 2116098101

Mahasiswa Ybs,

Amara
NPM: 2103013001

Uji Validitas

Correlations

		P1X1	P2X1	P3X1	P4X1	P5X1	TOTALX1
P1X1	Pearson Correlation	1	.106	.580**	1.000**	1.000**	.610**
	Sig. (2-tailed)		.578	.001	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
P2X1	Pearson Correlation	.106	1	.224	.106	.106	.689**
	Sig. (2-tailed)	.578		.234	.578	.578	.000
	N	30	30	30	30	30	30
P3X1	Pearson Correlation	.580**	.224	1	.580**	.580**	.417*
	Sig. (2-tailed)	.001	.234		.001	.001	.022
	N	30	30	30	30	30	30
P4X1	Pearson Correlation	1.000**	.106	.580**	1	1.000**	.610**
	Sig. (2-tailed)	.000	.578	.001		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
P5X1	Pearson Correlation	1.000**	.106	.580**	1.000**	1	.610**
	Sig. (2-tailed)	.000	.578	.001	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30
TOTALX1	Pearson Correlation	.610**	.689**	.417*	.610**	.610**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.022	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30

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

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

Correlations

		P1X2	P2X2	P3X2	P4X2	P5X2	P6X1	TOTALX2
P1X2	Pearson Correlation	1	.183	.106	1.000**	.183	.106	.323
	Sig. (2-tailed)		.334	.578	.000	.334	.578	.082
	N	30	30	30	30	30	30	30
P2X2	Pearson Correlation	.183	1	.231	.183	1.000**	.231	.265
	Sig. (2-tailed)	.334		.218	.334	.000	.218	.157
	N	30	30	30	30	30	30	30
P3X2	Pearson Correlation	.106	.231	1	.106	.231	1.000**	.225
	Sig. (2-tailed)	.578	.218		.578	.218	.000	.232
	N	30	30	30	30	30	30	30
P4X2	Pearson Correlation	1.000**	.183	.106	1	.183	.106	.323
	Sig. (2-tailed)	.000	.334	.578		.334	.578	.082

	N	30	30	30	30	30	30	30
P5X2	Pearson Correlation	.183	1.000**	.231	.183	1	.231	.265
	Sig. (2-tailed)	.334	.000	.218	.334		.218	.157
	N	30	30	30	30	30	30	30
P6X1	Pearson Correlation	.106	.231	1.000**	.106	.231	1	.225
	Sig. (2-tailed)	.578	.218	.000	.578	.218		.232
	N	30	30	30	30	30	30	30
TOTALX2	Pearson Correlation	.323	.265	.225	.323	.265	.225	1
	Sig. (2-tailed)	.082	.157	.232	.082	.157	.232	
	N	30	30	30	30	30	30	30

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

Correlations

		P1Y	P2Y	P3Y	P4Y	P5Y	TOTALY
P1Y	Pearson Correlation	1	.282	.283	.081	.144	.582**
	Sig. (2-tailed)		.131	.130	.670	.448	.001
	N	30	30	30	30	30	30
P2Y	Pearson Correlation	.282	1	.231	.323	.225	.662**
	Sig. (2-tailed)	.131		.219	.082	.232	.000
	N	30	30	30	30	30	30
P3Y	Pearson Correlation	.283	.231	1	.224	.580**	.740**
	Sig. (2-tailed)	.130	.219		.234	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30
P4Y	Pearson Correlation	.081	.323	.224	1	.106	.556**
	Sig. (2-tailed)	.670	.082	.234		.578	.001
	N	30	30	30	30	30	30
P5Y	Pearson Correlation	.144	.225	.580**	.106	1	.611**
	Sig. (2-tailed)	.448	.232	.001	.578		.000
	N	30	30	30	30	30	30
TOTALY	Pearson Correlation	.582**	.662**	.740**	.556**	.611**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.001	.000	
	N	30	30	30	30	30	30

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

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Unstandardized Residual
N	378

Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.78138642
Most Extreme Differences	Absolute	.237
	Positive	.172
	Negative	-.237
Test Statistic		.237
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.000
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.	.200
	99% Confidence Interval	Lower Bound
		Upper Bound
		.000

Hasil Olah Data SPSS 27

Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3.711	2	1.856	3.023	.050 ^b
	Residual	229.572	374	.614		
	Total	233.284	376			

a. Dependent Variable: MINAT Y

b. Predictors: (Constant), GAYA HIDUP (X2), MEDIA SOSIAL X1

Hasil Olah Data SPSS 27

Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.186	.307		10.392	.000		
	MEDIA SOSIAL X1	.140	.063	.115	2.238	.026	1.000	1.000
	GAYA HIDUP (X2)	.049	.050	.051	.985	.325	1.000	1.000

a. Dependent Variable: MINAT Y

Model Summary^b

Hasil Olah Data SPSS 27

UJI R Square

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
-------	---	----------	-------------------	----------------------------

1	.126 ^a	.016	.011	.783
---	-------------------	------	------	------

a. Predictors: (Constant), GAYA HIDUP (X2), MEDIA SOSIAL X1

b. Dependent Variable: MINAT Y

Hasil Olah Data SPSS 27

Data tabulasi

		MEDIA SOSIAL X1		TOTAL		GAYA HIDUP (X2)			TOTAL		MINAT Y				TOTAL		
3	5	2	3	3	16	5	4	3	5	3	20	4	4	2	5	3	18
4	4	4	4	4	20	4	3	4	4	4	19	3	3	4	4	4	18
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	3	5	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20	4	3	4	4	4	19	4	4	4	4	4	20
4	3	3	4	4	18	3	4	4	3	4	18	4	4	3	3	4	18
4	4	4	4	4	20	4	5	4	4	4	21	4	5	4	4	4	21
4	5	4	4	4	21	5	4	4	5	4	22	3	4	4	5	4	20
4	3	4	4	4	19	3	4	4	3	4	18	4	2	4	3	4	17
5	4	5	5	5	24	4	5	5	4	5	23	4	4	5	4	5	22
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
5	4	4	5	5	23	4	4	5	4	5	22	2	4	4	4	5	19
3	4	3	3	3	16	4	5	3	4	3	19	4	4	3	4	3	18
4	3	4	4	4	19	3	4	4	3	4	18	4	4	4	3	4	19
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	3	4	4	4	4	19
5	4	3	5	5	22	4	4	5	4	5	22	4	4	3	4	5	20
4	3	4	4	4	19	3	4	4	3	4	18	4	4	4	3	4	19
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	5	4	4	4	21
4	4	4	4	4	20	4	3	4	4	4	19	4	5	4	4	4	21
4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	4	20	4	5	3	4	4	20
4	3	4	4	4	19	3	3	4	3	4	17	5	4	4	3	4	20
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
4	3	3	4	4	18	3	4	4	3	4	18	3	4	3	3	4	17
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
4	5	4	4	4	21	5	4	4	5	4	22	4	4	4	5	4	21
4	4	5	4	4	21	4	4	4	4	4	20	4	5	5	4	4	22
5	4	5	5	5	24	4	4	5	4	5	22	5	5	5	4	5	24
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
4	5	5	4	4	22	5	3	4	5	4	21	4	4	5	5	4	22
4	4	4	4	4	20	4	5	4	4	4	21	5	5	4	4	4	22
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
4	4	3	4	4	19	4	5	4	4	4	21	4	4	3	4	4	19
4	3	4	4	4	19	3	4	4	3	4	18	4	4	4	3	4	19
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	3	4	4	4	4	19
5	4	4	5	5	23	4	4	5	4	5	22	4	4	4	4	5	21
3	4	3	3	3	16	4	4	3	4	3	18	5	4	3	4	3	19
3	4	4	3	3	17	4	4	3	4	3	18	5	4	4	4	3	20

4	4		4	4		4	20		4	4	4		4	4		20	4	5	4			4	4	21
4	3		4	4		4	19		3	4	4		3	4		18	4	4	4			3	4	19
5	3		4	5		5	22		3	4	5		3	5		20	4	3	4			3	5	19
4	4		3	4		4	19		4	4	4		4	4		20	5	4	3			4	4	20
4	4		3	4		4	19		4	3	4		4	4		19	4	4	3			4	4	19
4	4		4	4		4	20		4	4	4		4	4		20	4	5	4			4	4	21
4	3		4	4		4	19		3	5	4		3	4		19	5	4	4			3	4	20
4	4		5	4		4	21		4	4	4		4	4		20	4	4	5			4	4	21
5	4		4	5		5	23		4	3	5		4	5		21	4	3	4			4	5	20
4	4		4	4		4	20		4	4	4		4	4		20	4	4	4			4	4	20
3	4		4	3		3	17		4	5	3		4	3		19	3	3	4			4	3	17
4	4		3	4		4	19		4	4	4		4	4		20	5	5	3			4	4	21
4	4		4	4		4	20		4	4	4		4	4		20	4	4	4			4	4	20
4	4		4	4		4	20		4	4	4		4	4		20	4	3	4			4	4	19
3	3		3	3		3	15		3	4	3		3	3		16	4	3	3			3	3	16
4	4		4	4		4	20		4	4	4		4	4		20	3	4	4			4	4	19
4	4		4	4		4	20		4	4	4		4	4		20	4	5	4			4	4	21
5	3		4	5		5	22		3	4	5		3	5		20	4	4	4			3	5	20
4	4		4	4		4	20		4	4	4		4	4		20	3	4	4			4	4	19
4	4		4	4		4	20		4	4	4		4	4		20	4	4	4			4	4	20
3	5		4	3		3	18		5	4	3		5	3		20	4	5	4			5	3	21
4	4		4	4		4	20		4	4	4		4	4		20	4	3	4			4	4	19
4	4		3	4		4	19		4	4	4		4	4		20	3	4	3			4	4	18
4	4		4	4		4	20		4	4	4		4	4		20	4	4	4			4	4	20
4	5		5	4		4	22		5	4	4		5	4		22	4	4	5			5	4	22
5	5		4	5		5	24		5	4	5		5	5		24	4	5	4			5	5	23
3	4		4	3		3	17		4	4	3		4	3		18	3	4	4			4	3	18
4	5		4	4		4	21		5	4	4		5	4		22	3	3	4			5	4	19
4	4		4	4		4	20		4	4	4		4	4		20	4	3	4			4	4	19
5	3		4	5		5	22		3	4	5		3	5		20	5	4	4			3	5	21
4	4		4	4		4	20		4	4	4		4	4		20	4	4	4			4	4	20
4	4		5	4		4	21		4	4	4		4	4		20	4	4	5			4	4	21
4	5		4	4		4	21		5	4	4		5	4		22	4	3	4			5	4	20
4	4		3	4		4	19		4	4	4		4	4		20	4	4	3			4	4	19
4	5		4	4		4	21		5	3	4		5	4		21	4	3	4			5	4	20
4	4		4	4		4	20		4	4	4		4	4		20	4	5	4			4	4	21
3	4		4	3		3	17		4	5	3		4	3		19	4	4	4			4	3	19
4	4		4	4		4	20		4	4	4		4	4		20	5	4	4			4	4	21
4	4		3	4		4	19		4	4	4		4	4		20	4	3	3			4	4	18
4	4		3	4		4	19		4	4	4		4	4		20	3	4	3			4	4	18
4	4		4	4		4	20		4	4	4		4	4		20	4	5	4			4	4	21
5	4		3	5		5	22		4	3	5		4	5		21	2	3	3			4	5	17
4	4		4	4		4	20		4	4	4		4	4		20	4	4	4			4	4	20
4	4		4	4		4	20		4	4	4		4	4		20	4	3	4			4	4	19
4	4		5	4		4	21		4	4	4		4	4		20	4	4	5			4	4	21
4	3		4	4		4	19		3	5	4		3	4		19	4	5	4			3	4	20
4	4		4	4		4	20		4	4	4		4	4		20	3	4	4			4	4	19
4	4		4	4		4	20		4	4	4		4	4		20	4	4	4			4	4	20
4	4		3	4		4	19		4	3	4		4	4		19	4	4	3			4	4	19
4	4		5	4		4	21		4	4	4		4	4		20	5	4	5			4	4	22

4	5		4	4		4	21		5	3	4		5	4		21	5	5	4			5	4	23
4	4		4	4		4	20		4	4	4		4	4		20	4	3	4			4	4	19
4	4		5	4		4	21		4	5	4		4	4		21	4	4	5			4	4	21
4	4		4	4		4	20		4	4	4		4	4		20	5	4	4			4	4	21
4	3		4	4		4	19		3	4	4		3	4		18	4	4	4			3	4	19
4	4		4	4		4	20		4	4	4		4	4		20	4	5	4			4	4	21
4	4		4	4		4	20		4	4	4		4	4		20	4	4	4			4	4	20
4	4		4	4		4	20		4	5	4		4	4		21	4	5	4			4	4	21
5	4		4	5		5	23		4	3	5		4	5		21	4	4	4			4	5	21
4	5		3	4		4	20		5	4	4		5	4		22	4	5	3			5	4	21
4	4		4	4		4	20		4	4	4		4	4		20	5	4	4			4	4	21
4	5		4	4		4	21		5	3	4		5	4		21	5	5	4			5	4	23
4	4		4	4		4	20		4	4	4		4	4		20	4	4	4			4	4	20
4	4		4	4		4	20		4	4	4		4	4		20	4	4	4			4	4	20
4	4		4	4		4	20		4	4	4		4	4		20	4	5	4			4	4	21
4	4		4	4		4	20		4	4	4		4	4		20	4	4	4			4	4	20
4	4		4	4		4	20		4	4	4		4	4		20	4	4	4			4	4	20
4	4		4	4		4	20		4	4	4		4	4		20	4	4	4			4	4	20
3	4		4	3		3	17		4	4	3		4	3		18	4	3	4			4	3	18
4	4		4	4		4	20		4	4	4		4	4		20	4	4	4			4	4	20
4	4		4	4		4	20		4	5	4		4	4		21	4	4	4			4	4	20
4	4		4	4		4	20		4	4	4		4	4		20	4	4	4			4	4	20
5	5		5	5		5	25		5	5	5		5	5		25	5	4	5			5	5	24
4	4		4	4		4	20		4	4	4		4	4		20	4	5	4			4	4	21
4	4		4	4		4	20		4	3	4		4	4		19	4	4	4			4	4	20
4	4		4	4		4	20		4	4	4		4	4		20	4	5	4			4	4	21
4	4		4	4		4	20		4	4	4		4	4		20	4	4	4			4	4	20
4	4		4	4		4	20		4	3	4		4	4		19	4	4	4			4	4	20
4	4		4	4		4	20		4	4	4		4	4		20	4	4	4			4	4	20
4	4		4	4		4	20		4	4	4		4	4		20	4	4	4			4	4	20
4	5		4	4		4	21		5	4	4		5	4		22	4	4	4			5	4	21
4	5		4	4		4	21		5	3	4		5	4		21	4	4	4			5	4	21
5	4		3	5		5	22		4	4	5		4	5		22	3	4	3			4	5	19
5	5		4	5		5	24		5	5	5		5	5		25	4	4	4			5	5	22
4	4		4	4		4	20		4	4	4		4	4		20	4	4	4			4	4	20
4	4		4	4		4	20		4	4	4		4	4		20	4	4	4			4	4	20
4	4		5	4		4	21		4	4	4		4	4		20	5	5	5			4	4	23
4	4		4	4		4	20		4	4	4		4	4		20	4	4	4			4	4	20
4	5		4	4		4	21		5	5	4		5	4		23	4	4	4			5	4	21
5	5		4	5		5	24		5	5	5		5	5		25	4	4	4			5	5	22
4	4		4	4		4	20		4	4	4		4	4		20	4	4	4			4	4	20
4	4		4	4		4	20		4	4	4		4	4		20	4	4	4			4	4	20
5	5		4	5		5	24		5	4	5		5	5		24	4	4	4			5	5	22
4	4		4	4		4	20		4	4	4		4	4		20	4	4	4			4	4	20
4	4		4	4		4	20		4	4	4		4	4		20	4	5	4			4	4	21
4	4		4	4		4	20		4	4	4		4	4		20	4	5	4			4	4	21
4	4		5	4		4	21		4	4	4		4	4		20	5	4	5			4	4	22
4	4		5	4		4	21		4	4	4		4	4		20	5	5	5			4	4	23
5	4		4	5		5	23		4	4	5		4	5		22	4	4	4			4	5	21
5	4		4	5		5	23		4	4	5		4	5		22	4	4	4			4	5	21

[illegible]

4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20	4	5	4	4	4	21	4	4	4	4	4	20
5	4	4	5	5	23	4	4	5	4	5	22	4	4	4	4	4	21
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
4	5	4	4	4	21	5	4	4	5	4	22	4	4	4	4	5	21
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
2	4	4	2	2	14	4	3	2	4	2	15	4	4	4	4	4	18
2	3	4	2	2	13	3	2	2	3	2	12	4	4	4	4	3	17
2	4	4	2	2	14	4	3	2	4	2	15	4	4	4	4	4	18
4	4	4	4	4	20	4	3	4	4	4	19	4	4	4	4	4	20
3	4	4	3	3	17	4	4	3	4	3	18	4	4	4	4	4	19
3	4	4	3	3	17	4	2	3	4	3	16	5	4	5	4	3	21
4	3	4	4	4	19	3	4	4	3	4	18	4	4	4	4	3	19
5	2	4	5	5	21	2	3	5	2	5	17	4	4	4	4	2	19
5	4	4	5	5	23	4	3	5	4	5	21	4	4	4	4	5	21
4	3	4	4	4	19	3	2	4	3	4	16	4	5	4	4	4	20
5	3	4	5	5	22	3	2	5	3	5	18	4	4	4	4	5	20
3	5	4	3	3	18	5	3	3	5	3	19	4	4	4	4	3	20
4	4	4	4	4	20	4	2	4	4	4	18	4	4	4	4	4	20
2	3	4	2	2	13	3	2	2	3	2	12	4	4	4	4	2	17
4	5	4	4	4	21	5	4	4	5	4	22	2	4	2	4	4	17
5	5	4	5	5	24	5	5	5	5	5	25	2	3	2	4	5	17
4	5	4	4	4	21	5	2	4	5	4	20	2	4	2	4	4	17
5	4	4	5	5	23	4	3	5	4	5	21	4	4	4	4	5	21
5	4	4	5	5	23	4	2	5	4	5	20	3	4	3	4	5	19
4	5	4	4	4	21	5	2	4	5	4	20	3	4	3	4	4	19
4	3	4	4	4	19	3	2	4	3	4	16	4	3	4	4	4	18
4	5	4	4	4	21	5	3	4	5	4	21	5	2	5	4	4	21
3	4	4	3	3	17	4	2	3	4	3	16	5	4	5	4	3	21
3	4	4	3	3	17	4	2	3	4	3	16	4	3	4	4	3	18
4	3	4	4	4	19	3	3	4	3	4	17	5	3	5	4	4	20
4	3	5	4	4	20	3	2	4	3	4	16	3	5	3	4	4	18
2	3	4	2	2	13	3	3	2	3	2	13	4	4	4	4	2	17
3	2	4	3	3	15	2	2	3	2	3	12	2	3	2	4	3	12
2	4	4	2	2	14	4	3	2	4	2	15	4	5	4	4	2	19
4	5	4	4	4	21	5	2	4	5	4	20	5	5	5	4	4	24
3	2	4	3	3	15	2	3	3	2	3	13	4	5	4	4	3	18
4	3	4	4	4	19	3	2	4	3	4	16	5	4	5	4	4	21
4	4	4	4	4	20	4	2	4	4	4	18	5	4	5	4	4	22
3	2	4	3	3	15	2	3	3	2	3	13	4	5	4	4	3	18
5	3	2	5	5	20	3	3	5	3	5	19	4	3	4	4	5	19
3	3	2	3	3	14	3	2	3	3	3	14	4	5	4	4	3	19
5	3	2	5	5	20	3	2	5	3	5	18	3	4	3	4	5	18
3	4	4	3	3	17	4	3	3	4	3	17	3	4	3	4	3	17

4	5	3	4	4	20	5	3	4	5	4	21	4	3	4	5	4	20
5	4	3	5	5	22	4	3	5	4	5	21	4	3	4	4	5	20
5	4	4	5	5	23	4	3	5	4	5	21	2	3	2	4	5	16
4	5	5	4	4	22	5	3	4	5	4	21	3	2	3	5	4	17
5	4	5	5	5	24	4	3	5	4	5	21	2	4	2	4	5	17
4	5	4	4	4	21	5	3	4	5	4	21	4	5	4	5	4	22
4	5	5	4	4	22	5	3	4	5	4	21	3	2	3	5	4	17
3	4	3	3	3	16	4	3	3	4	3	17	4	3	4	4	3	18
4	5	4	4	4	21	5	4	4	5	4	22	4	4	4	5	4	21
4	5	2	4	4	19	5	2	4	5	4	20	3	2	3	5	4	17
5	2	4	5	5	21	2	3	5	2	5	17	5	3	5	2	5	20
3	4	5	3	3	18	4	3	3	4	3	17	3	3	3	4	3	16
4	3	4	4	4	19	3	3	4	3	4	17	5	3	5	3	4	20
2	3	5	2	2	14	3	5	2	3	2	15	3	4	3	3	2	15
4	5	5	4	4	22	5	3	4	5	4	21	4	5	4	5	4	22
3	5	4	3	3	18	5	3	3	5	3	19	5	4	5	5	3	22
4	3	4	4	4	19	3	2	4	3	4	16	5	4	5	3	4	21
3	3	4	3	3	16	3	3	3	3	3	15	4	5	4	3	3	19
3	4	3	3	3	16	4	2	3	4	3	16	5	4	5	4	3	21
2	4	3	2	2	13	4	3	2	4	2	15	4	5	4	4	2	19
3	4	4	3	3	17	4	3	3	4	3	17	4	5	4	4	3	20
2	4	4	2	2	14	4	3	2	4	2	15	3	4	3	4	2	16
4	5	4	4	4	21	5	4	4	5	4	22	4	5	4	5	4	22
2	4	4	2	2	14	4	3	2	4	2	15	4	5	4	4	2	19
3	2	4	3	3	15	2	5	3	2	3	15	5	2	5	2	3	17
5	2	4	5	5	21	2	4	5	2	5	18	3	4	3	2	5	17
4	3	4	4	4	19	3	5	4	3	4	19	4	3	4	3	4	18
5	2	3	5	5	20	2	3	5	2	5	17	2	3	2	2	5	14
2	3	4	2	2	13	3	5	2	3	2	15	4	5	4	3	2	18
2	5	4	2	2	15	5	3	2	5	2	17	3	5	3	5	2	18
4	3	4	4	4	19	3	4	4	3	4	18	4	3	4	3	4	18
4	3	4	4	4	19	3	5	4	3	4	19	3	3	3	3	4	16
3	4	4	3	3	17	4	3	3	4	3	17	3	4	3	4	3	17
2	4	4	2	2	14	4	2	2	4	2	14	2	4	2	4	2	14
4	5	4	4	4	21	5	2	4	5	4	20	3	4	3	5	4	19
5	3	4	5	5	22	3	3	5	3	5	19	2	4	2	3	5	16
2	3	4	2	2	13	3	5	2	3	2	15	4	5	4	3	2	18
3	4	4	3	3	17	4	5	3	4	3	19	2	4	2	4	3	15
2	3	4	2	2	13	3	5	2	3	2	15	3	2	3	3	2	13
3	5	4	3	3	18	5	3	3	5	3	19	5	2	5	5	3	20
4	5	4	4	4	21	5	3	4	5	4	21	4	3	4	5	4	20
4	5	4	4	4	21	5	3	4	5	4	21	5	2	5	5	4	21
4	3	4	4	4	19	3	5	4	3	4	19	2	3	2	3	4	14
2	3	4	2	2	13	3	5	2	3	2	15	2	5	2	3	2	14
2	3	4	2	2	13	3	4	2	3	2	14	4	3	4	3	2	16
4	2	4	4	4	18	2	5	4	2	4	17	4	3	4	2	4	17
3	2	4	3	3	15	2	5	3	2	3	15	3	4	3	2	3	15
2	3	4	2	2	13	3	4	2	3	2	14	2	4	2	3	2	13
3	4	4	3	3	17	4	3	3	4	3	17	4	5	4	4	3	20
5	2	4	5	5	21	2	3	5	2	5	17	5	3	5	2	5	20

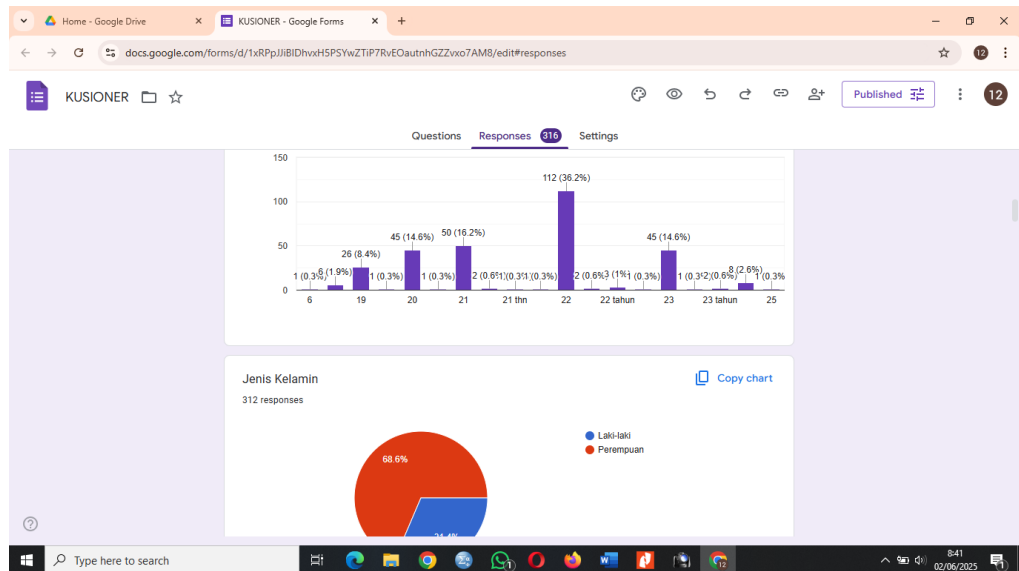
4	3	4	4	4	19	3	2	4	3	4	16	2	3	2	3	4	14
4	5	4	4	4	21	5	2	4	5	4	20	3	4	3	5	4	19
2	5	4	2	2	15	5	3	2	5	2	17	2	3	2	5	2	14
4	5	4	4	4	21	5	3	4	5	4	21	3	5	3	5	4	20
3	5	5	3	3	19	5	3	3	5	3	19	4	5	4	5	3	21
3	5	4	3	3	18	5	3	3	5	3	19	4	5	4	5	3	21
3	2	4	3	3	15	2	3	3	2	3	13	4	3	4	2	3	16
2	3	4	2	2	13	3	3	2	3	2	13	2	3	2	3	2	12
4	5	4	4	4	21	5	2	4	5	4	20	2	3	2	5	4	16
3	4	4	3	3	17	4	2	3	4	3	16	4	2	4	4	3	17
3	2	4	3	3	15	2	3	3	2	3	13	3	2	3	2	3	13
3	4	4	3	3	17	4	3	3	4	3	17	2	3	2	4	3	14
3	4	4	3	3	17	3	5	4	4	5	21	3	4	3	5	4	19
4	5	2	4	4	19	3	4	4	4	4	19	5	2	5	4	4	20
4	5	2	4	4	19	4	5	4	3	4	20	4	3	4	5	4	20
5	2	2	5	5	19	3	4	4	3	4	18	4	5	4	4	4	21
3	4	4	3	3	17	3	4	4	3	4	18	2	5	2	4	4	17
4	3	3	4	4	18	3	5	4	4	3	19	4	5	4	5	4	22
2	3	3	2	2	12	3	3	4	4	2	16	3	5	3	3	4	18
4	5	4	4	4	21	4	4	5	4	3	20	3	5	3	4	5	20
3	5	5	3	3	19	5	4	4	4	2	19	3	2	3	4	4	16
4	3	5	4	4	20	4	4	5	4	4	21	2	3	2	4	5	16
3	3	4	3	3	16	4	4	5	5	2	20	4	5	4	4	5	22
3	4	5	4	4	20	4	4	4	4	3	19	3	4	3	4	4	18
2	4	3	4	4	17	3	4	3	3	1	14	3	2	3	4	3	15
3	4	4	4	4	19	2	5	3	4	1	15	3	4	3	5	3	18
2	4	2	4	4	16	5	4	5	4	3	21	3	5	4	4	5	21
4	5	4	5	5	23	4	4	4	5	1	18	3	4	4	4	4	19
2	4	5	4	4	19	3	3	4	2	1	13	4	5	4	3	4	20
3	2	4	2	2	13	4	3	4	4	4	19	3	4	4	3	4	18
5	2	5	2	2	16	4	3	4	3	4	18	3	4	4	3	4	18
4	3	5	3	3	18	4	4	3	3	4	18	3	5	4	4	3	19
5	2	4	2	2	15	1	4	2	1	5	13	3	3	4	4	2	16
2	3	4	3	3	15	2	4	3	1	3	13	4	4	5	4	3	20
2	5	4	5	5	21	1	4	2	3	3	13	5	4	4	4	2	19
4	3	3	3	3	16	2	4	4	1	4	15	4	4	5	4	4	21
4	3	3	3	3	16	3	5	2	2	4	16	4	4	5	5	2	20
3	4	3	4	4	18	2	4	3	4	3	16	4	4	4	4	3	19
2	4	4	4	4	18	1	3	1	1	2	8	3	4	3	3	1	14
4	5	4	5	5	23	2	4	1	3	3	13	2	5	3	4	1	15
5	3	4	3	3	18	3	4	3	1	5	16	5	4	5	4	3	21
2	3	4	3	3	15	4	5	1	1	5	16	4	4	4	5	1	18
3	4	5	4	4	20	2	2	1	1	2	8	3	3	4	2	1	13
2	3	4	3	3	15	2	3	1	3	2	11	4	3	4	4	4	19
3	5	2	5	5	20	2	5	1	3	2	13	4	3	4	3	4	18
4	5	2	5	5	21	3	4	3	1	2	13	4	4	3	3	4	18
4	5	3	5	5	22	2	3	1	3	3	12	1	4	2	1	5	13
4	3	2	3	3	15	3	4	1	1	1	10	2	4	3	1	3	13
2	3	3	3	3	14	2	1	3	1	4	11	1	4	2	3	3	13
2	3	5	3	3	16	3	4	3	1	4	15	2	4	4	1	4	15

4	2	3	2	2	13	1	2	1	1	1	6	3	5	2	2	4	16
3	2	3	2	2	12	3	2	5	4	4	18	2	4	3	4	3	16
2	3	4	3	3	15	4	3	5	3	5	20	1	3	1	1	2	8
3	4	4	4	4	19	3	4	2	5	4	18	2	4	1	3	3	13
5	2	5	2	2	16	3	3	4	4	2	16	3	4	3	1	5	16
4	3	3	3	3	16	5	3	2	4	4	18	4	5	1	1	5	16
4	5	3	5	5	22	4	3	4	2	1	14	2	2	1	1	2	8
2	5	4	5	5	21	4	3	5	2	1	15	2	3	1	3	2	11
4	5	3	5	5	22	5	4	5	5	5	24	2	5	1	3	2	13
3	5	5	5	5	23	3	5	4	1	4	17	3	4	3	1	2	13
3	5	5	5	5	23	5	4	1	5	3	18	2	3	1	3	3	12
3	2	5	2	2	14	1	5	2	1	4	13	3	4	1	1	1	10
2	3	3	3	3	14	2	5	3	1	5	16	2	1	3	1	4	11
4	5	3	5	5	22	3	3	1	2	4	13	3	4	3	1	4	15
3	4	3	4	4	18	1	2	5	4	3	15	1	2	1	1	1	6
3	2	2	2	2	11	3	5	2	1	4	15	3	2	5	4	4	18
3	4	2	4	4	17	1	4	3	2	4	14	4	3	5	3	5	20
4	4	3	4	4	19	4	4	3	2	4	17	3	4	2	5	4	18
4	4	4	4	4	20	3	4	2	1	3	13	3	3	4	4	2	16
4	4	2	4	4	18	1	4	3	2	5	15	5	3	2	4	4	18
4	4	3	4	4	19	3	4	3	2	4	16	4	3	4	2	1	14
4	4	5	4	4	21	4	4	2	2	1	13	4	3	5	2	1	15
4	4	5	4	4	21	2	1	4	5	5	17	5	4	5	5	5	24
4	4	5	4	4	21	2	2	1	4	5	14	3	5	4	1	4	17
4	4	5	4	4	21	5	1	4	2	5	17	5	4	1	5	3	18
4	4	5	4	4	21	4	4	2	5	3	18	1	5	2	1	4	13
4	4	2	4	4	18	4	4	3	3	1	15	2	5	3	1	5	16
4	4	3	4	4	19	4	4	1	2	5	16	3	3	1	2	4	13
4	4	5	4	4	21	4	4	3	5	2	18	1	2	5	4	3	15
4	4	4	4	4	20	4	4	1	4	3	16	3	5	2	1	4	15
4	4	2	4	4	18	4	4	4	4	3	19	1	4	3	2	4	14
5	4	4	4	4	21	4	4	3	4	2	17	4	4	3	2	4	17
4	4	4	4	4	20	4	4	1	4	3	16	3	4	2	1	3	13
4	4	4	4	4	20	4	4	3	4	3	18	1	4	3	2	5	15
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	2	18	3	4	3	2	4	16
4	5	4	5	5	23	4	4	2	1	4	15	4	4	2	2	1	13
4	4	4	4	4	20	4	4	2	2	1	13	2	1	4	5	5	17
4	4	4	4	4	20	4	4	1	4	3	16	5	2	1	4	5	17
4	4	4	4	4	20	4	4	3	4	3	18	4	1	4	2	5	16

Data tabulasi



APD_OUTLINE_AMA_{EDC978D6-4D53-
RA[1].pdf 4B2F-A265-5805674E



RIWAYAT HIDUP



Peneliti bernama lengkap Amara, lahir di bumi nabung Ilir, 15 Agustus 2001 merupakan anak kedua dari empat bersaudara dari pasangan bapak Abdul Majid dan ibu Ema Yulia. Peneliti memulai pendidikan sekolah TK di TK Pertiwi Bumi nabung, lulus pada tahun 2007. Kemudian melanjutkan ke sekolah dasar di SD Negeri 2 Bumi nabung, lulus pada tahun 2013. Kemudian melanjutkan ke jenjang pertama di SMP Negeri 1 Bumi nabung, lulus pada tahun 2017. Kemudian melanjutkan ke jenjang atas (SMA/Sederajat) di SMAN 1 Rumbia, lulus pada tahun 2020. Kemudian 2021 melanjutkan ke jenjang perguruan tinggi di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro, fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam jurusan Ekonomi Syariah.