

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	v
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
BAB II	12
KAJIAN PUSTAKA	12
2.1 Teori Pendukung	12

2.1.1	Minat Berwirausaha	12
2.1.2	Media Sosial TikTok.....	17
2.1.3	Self Confidence	20
2.2	Hasil Penelitian Relevan.....	24
2.3	Kerangka Teori dan Pengembangan Hipotesis.....	27
2.3.1	Pengaruh Media Sosial TikTok terhadap Minat Berwirausaha	28
2.3.2	Pengaruh Self Confidence terhadap Minat Berwirausaha	29
2.3.3	Pengaruh Media Sosial dan Self Confidence terhadap Minat Berwirausaha.....	30
BAB III		32
METODE PENELITIAN		32
3.1	Tempat dan Waktu Penelitian.....	32
3.1.1	Tempat Penelitian.....	32
3.1.2	Waktu Penelitian	32
3.2	Desain Penelitian	32
3.3	Populasi dan Sampel.....	34
3.3.1	Populasi	34
3.3.2	Sampel.....	35
3.4	Pengembangan Instrumen.....	37
3.5	Teknik Pengumpulan Data	40
3.6	Teknik Analisis Data	40
3.6.1	Analisis Data Deskriptif.....	40
3.6.2	Analisis Data Statistik	40
BAB IV		46
HASIL DAN PEMBAHASAN		46

4.1	Deskripsi Informasi	46
4.2	Hasil dan Pembahasan Uji Validitas dan Reliabilitas.....	48
4.3	Deskripsi Hasil Variabel Penelitian.....	53
4.4	Hasil Penelitian.....	55
4.4.1	Analisis Outer Model	55
4.4.2	Analisis Inner Model.....	62
4.4.3	Uji Hipotesis	66
4.4.4	Pembahasan.....	68
BAB V		72
KESIMPULAN DAN SARAN		72
5.1	Kesimpulan.....	72
5.2	Implikasi.....	73
5.3	Keterbatasan Penelitian	75
5.4	Saran dan Rekomendasi.....	75
DAFTAR PUSTAKA.....		77
LAMPIRAN.....		82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Rasio Jumlah Pengusaha terhadap Populasi	3
Gambar 1. 2 Presentase Kewirausahaan di Indonesia.....	4
Gambar 1. 3 Jumlah Wirausahawan Pemuda di Indonesia	6
Gambar 1. 4 Presentase pemakaian media sosial di Indonesia	7
Gambar 1. 5 Demografi usia pengguna TikTok di Indonesia.....	8
 Gambar 2. 1 Kerangka Teori.....	 27
 Gambar 4. 1 Responden berdasarkan Jenis Kelamin	 47
Gambar 4. 2 Data Responden berdasarkan program studi.....	47
Gambar 4. 3 Hasil Pengukuran Model Pertama.....	49
Gambar 4. 4 Hasil Pengukuran Model Kedua	51
Gambar 4. 5 Hasil Analisis	56
Gambar 4. 6 Hasil Perhitungan Bootstrapping	63

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Relevan	24
Tabel 3. 1 Populasi dan Sample	36
Tabel 3. 2 Instrument Penelitian Variabel Media Sosial TikTok.....	37
Tabel 3. 3 Instrumen Penelitian Variabel Self Confidence.....	38
Tabel 3. 4 Instrumen Penelitian Variabel Minat Berwirausaha	39
Tabel 4. 1 Loading Factor Model Penelitian Pertama.....	50
Tabel 4. 2 Loading Factor Model Penelitian Kedua	52
Tabel 4. 3 Hasil Uji Reliabilitas.....	53
Tabel 4. 4 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.....	53
Tabel 4. 5 Hasil Uji Convergent Validity	57
Tabel 4. 6 Average Variance Extracted (AVE)	58
Tabel 4. 7 Discriminant Validity – Cross Loading	59
Tabel 4. 8 Discriminant Validity – Fornell Lacker Criterion.....	60
Tabel 4. 9 Discriminant Validity – HTMT	61
Tabel 4. 10 Uji Reliabilitas	62
Tabel 4. 11 Hasil Perhitungan R-Square (R^2)	63
Tabel 4. 12 Hasil Perhitungan F-square (F^2).....	64
Tabel 4. 13 Hasil Perhitungan Q-square (Q^2)	65
Tabel 4. 14 Hasil Perhitungan Variance Inflation Factor (VIF)	66
Tabel 4. 15 Path Coefficient.....	66

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Persetujuan Sidang Skripsi.....	83
Lampiran 2 Instrumen Penelitian BAB III.....	84
Lampiran 3 Kartu Konsultasi Bimbingan	89
Lampiran 4 Lembar Saran Perbaikan Seminar Proposal	90
Lampiran 5 Lembar Saran Perbaikan Skripsi	91
Lampiran 6 Hasil Uji Kemiripan Naskah (TURNITIN < 20%)	92
Lampiran 7 Daftar Riwayat Hidup.....	93

