

## PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DAN EKSPEKTASI PENDAPATAN TERHADAP MINAT BERBISNIS ONLINE PADA MAHASISWA

Zalfa Alfiah Nur Alipah<sup>1</sup>, Sri Hardianti Sartika<sup>2</sup>, Rendra Gumilar<sup>3</sup>  
[zalfaalfiah9@gmail.com](mailto:zalfaalfiah9@gmail.com)<sup>1</sup>, [sri.hardianti@unsil.ac.id](mailto:sri.hardianti@unsil.ac.id)<sup>2</sup>, [rendragumilar@unsil.ac.id](mailto:rendragumilar@unsil.ac.id)<sup>3</sup>  
Universitas Siliwangi

### ABSTRAK

Masalah dalam penelitian ini ialah keterbatasan lapangan pekerjaan, dan salah satu solusi dari permasalahan tersebut ialah dengan berbisnis online. Namun, kenyataannya mahasiswa memiliki minat yang kurang dalam melakukan bisnis online. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan media sosial dan ekspektasi pendapatan terhadap minat berbisnis online mahasiswa Program Studi Rumpun Ilmu Ekonomi Universitas Siliwangi. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 5.599 dengan jumlah sampel yang diambil sebanyak 373. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan teknik analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, penggunaan media sosial ( $t = 14.048$ ;  $\text{sig.} = 0,000$ ), dan ekspektasi pendapatan ( $t = 13.044$ ;  $\text{sig.} = 0,000$ ), berpengaruh signifikan terhadap minat berbisnis online. Secara simultan, keduanya juga berpengaruh signifikan ( $F = 128.439$ ;  $\text{sig.} = 0,000$ ) dengan nilai  $R^2$  sebesar 0,410 menunjukkan bahwa 41,0% variasi dalam minat berbisnis online dijelaskan oleh kedua variabel tersebut, sedangkan sisanya 59,0% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata Kunci:** Penggunaan Media Sosial, Ekspektasi Pendapatan, Minat Berbisnis Online .

### ABSTRACT

*The problem addressed in this research is the limited availability of job opportunities, where one potential solution is engaging in online business. However, in reality, students' interest in pursuing online business remains relatively low. This study aims to examine the influence of social media usage and income expectations on the interest in online business among Economics cluster students at Universitas Siliwangi. The population of this study consists of 5,599 students, with a sample size of 373. The research employed a quantitative method with multiple linear regression analysis. The results show that partially, social media usage ( $t = 14.048$ ;  $\text{sig.} = 0.000$ ) and income expectations ( $t = 13.044$ ;  $\text{sig.} = 0.000$ ) have a significant effect on students' interest in online business. Simultaneously, both variables also have a significant effect ( $F = 128.439$ ;  $\text{sig.} = 0.000$ ), with an  $R^2$  value of 0.410 indicating that 41.0% of the variation in online business interest is explained by these two variables, while the remaining 59.0% is influenced by other factors not examined in this study.*

**Keywords:** Social Media Usage, Income Expectations, Online Business Interest.

### PENDAHULUAN

Pada era digital, perkembangan teknologi informasi telah mendorong perubahan signifikan dalam dunia usaha. Media sosial seperti Instagram, TikTok, Facebook, dan WhatsApp kini tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga menjadi alat strategis untuk promosi dan transaksi bisnis. Berdasarkan data We Are Social (2024), pengguna media sosial di Indonesia mencapai 139 juta orang atau 49,3% dari total populasi. Fenomena ini membuka peluang besar bagi generasi muda, khususnya mahasiswa, untuk berwirausaha secara digital dengan modal yang relatif kecil dan jangkauan pasar luas.

Namun, survei E-Commerce 2024 (Ismartini, 2025) menunjukkan bahwa hanya 41,51% pelaku usaha di Indonesia yang telah memanfaatkan platform digital, sementara 58,49% masih menjalankan usahanya secara konvensional. Rendahnya literasi digital, keterbatasan modal, dan pola pikir tradisional menjadi penghambat utama digitalisasi

UMKM. Dalam konteks ini, mahasiswa memiliki peran penting sebagai agen perubahan dalam mendorong transformasi digital melalui kegiatan pelatihan, promosi, dan pendampingan UMKM di media sosial.

Masalah pengangguran terdidik di Indonesia juga menjadi alasan kuat pentingnya wirausaha digital. Berdasarkan data BPS (2024), tingkat pengangguran terbuka (TPT) lulusan universitas meningkat dari 753.732 orang pada Februari 2023 menjadi 871.860 orang pada Februari 2024. Kondisi ini menunjukkan perlunya alternatif karier melalui bisnis online sebagai sumber pendapatan dan kemandirian ekonomi bagi mahasiswa.

Fenomena di lingkungan mahasiswa rumpun ilmu ekonomi Universitas Siliwangi memperlihatkan peningkatan aktivitas bisnis online, meskipun belum diikuti oleh minat yang tinggi untuk berwirausaha secara serius. Banyak mahasiswa menggunakan media sosial hanya untuk hiburan, bukan untuk kegiatan produktif. Faktor-faktor yang memengaruhi minat berbisnis online antara lain penggunaan media sosial dan ekspektasi pendapatan. Mahasiswa dengan pemanfaatan media sosial yang tepat serta ekspektasi pendapatan tinggi cenderung memiliki minat lebih besar dalam berwirausaha digital.

Sejumlah penelitian sebelumnya menunjukkan hasil yang beragam. Beberapa studi menemukan bahwa penggunaan media sosial dan ekspektasi pendapatan berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha (Hikmatullila & Dewi, 2024; Cahayani et al., 2022; Tryazi Putra et al., 2021), sementara penelitian lain menemukan hasil yang tidak signifikan (Prasetio, 2020; Widianingsih, 2021). Adanya research gap ini menjadi dasar bagi penelitian lanjutan.

Hasil pra-penelitian pada mahasiswa rumpun ilmu ekonomi Universitas Siliwangi menunjukkan bahwa 68% mahasiswa belum berminat memulai bisnis online, 75% tidak percaya diri untuk memulainya, dan 66% tidak menganggap bisnis online sebagai alternatif karier. Kondisi ini menggambarkan adanya kesenjangan antara potensi peluang digital dengan minat berbisnis mahasiswa.

Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan media sosial dan ekspektasi pendapatan terhadap minat berbisnis online pada mahasiswa rumpun ilmu ekonomi Universitas Siliwangi. Penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dalam pengembangan ilmu kewirausahaan digital serta menjadi referensi bagi mahasiswa dalam mengoptimalkan media sosial sebagai sarana bisnis.

## **METODOLOGI**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Metode ini menjelaskan secara rinci rancangan kegiatan, objek penelitian, teknik pengumpulan data, instrumen utama, tempat pelaksanaan, definisi operasional variabel, dan teknik analisis data yang digunakan. Objek dalam penelitian ini adalah mahasiswa Program Studi Rumpun Ilmu Ekonomi Universitas Siliwangi. Populasi penelitian berjumlah 5.599 mahasiswa. Pengambilan sampel dilakukan dengan rumus Slovin dan diperoleh sebanyak 373 responden dengan menggunakan teknik probability sampling jenis Stratified Random Sampling. Instrumen penelitian berupa kuesioner tertutup yang disusun menggunakan skala likert 5 point, mencakup variabel penggunaan media sosial, ekspektasi pendapatan dan minat berbisnis online. Analisis data dilakukan dengan menggunakan regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen (X) secara simultan maupun parsial terhadap variabel dependen (Y), yaitu minat berbisnis online.

Metode penelitian menjelaskan rancangan kegiatan, ruang lingkup atau objek, bahan dan alat utama, tempat, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel penelitian, dan teknik analisis.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji analisis regresi linear berganda ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh hubungan linear antara dua atau lebih variabel bebas terhadap satu variabel terikat. Dalam penelitian ini, digunakan analisis linear berganda untuk menelusuri hubungan antara variabel independen dan dependen, dengan tujuan menguji seberapa signifikansi pengaruh dari penggunaan media sosial (X1) dan Ekspektasi Pendapatan (X2) terhadap minat berbisnis online (Y) sebagai variabel dependen. Analisis ini membantu mengetahui sejauh mana kontribusi masing-masing variabel independen dalam menjelaskan variasi pada variabel dependen. Selain itu, hasil dari model ini juga memberikan informasi mengenai arah hubungan apakah positif atau negatif, antara variabel-variabel yang diteliti. Dengan demikian, interpretasi dan arah pengaruh dari masing-masing factor yang diteliti. Hasil analisis regresi disajikan dalam tabel.

Tabel 1. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

	Model	Unstandardized Coefficients		T	Sig.
		B	Std. Error		
1	(Constan)	11.376	1.414	8.042	0,000
	Penggunaan Media Sosial	0,317	0,041	7.732	0,000
	Ekspektasi Pendapatan	0,295	0,047	6.261	0,000

Sumber: Data Penelitian Diolah, 2025

Berdasarkan Tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai konstanta (a) = 11.376 dan b1 = 0,317, b2 = 0,295 maka diperoleh persamaan regresi untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

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

$$Y = 11.376 + 0,317X_1 + 0,295X_2$$

Dari fungsi di atas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- Nilai konstanta sebesar 11.376, menunjukkan bahwa apabila variable Penggunaan Media Sosial dan Ekspektasi Pendapatan bernilai 0, maka minat berbisnis online sebesar 11.376.
- Nilai Koefisien regresi X1 sebesar 0,317, artinya bahwa apabila terdapat penambahan satu satuan pada variabel Penggunaan Media Sosial dan variabel lain tetap, maka akan mengakibatkan kenaikan minat berbisnis online sebesar 0,317.
- Nilai Koefisien regresi X2 sebesar 0,295, artinya bahwa apabila terdapat penambahan satu satuan pada variabel Ekspektasi Pendapatan dan variabel lain tetap, maka akan mengakibatkan kenaikan minat berbisnis online sebesar 0,292.

### Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Uji koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) dilakukan untuk mengukur sejauh mana variabel independen, yaitu Penggunaan Media Sosial (X1) dan Ekspektasi Pendapatan (X2), secara bersama-sama mampu menjelaskan variabel dependen, yaitu Minat Berbisnis Online (Y). Nilai koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) menunjukkan seberapa besar variasi perubahan pada variabel minat berwirausaha dapat dijelaskan oleh kombinasi dari ketika variabel independen. Semakin besar nilai R<sup>2</sup>, maka semakin baik pula model dalam menjelaskan hubungan antara variabel.

Hasil Uji Koefisien determinasi dapat dilihat dari table berikut:

Model Summary			
Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	0,640	0,410	0,407

Sumber: Data Penelitian Diolah, 2025

Berdasarkan table di atas, dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi pada nilai R Square sebesar 0,410, artinya persentase sumbangan pengaruh variabel penggunaan media sosial dan ekspektasi pendapatan secara bersama-sama terhadap minat berbisnis online sebesar 41,0% ( $0,410 \times 100\%$ ) dan sisanya 59,0% ( $100\% - 41,0\%$ ) dipengaruhi oleh factor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini seperti motivasi berwirausaha, modal usaha, teman sebaya dan lain-lain.

### Uji T ( Parsial)

Uji t dilakukan untuk mengetahui sejarah mana masing-masing variable independen berpengaruh signifikan atau tidak terhadap variable dependen. Melalui uji ini dapat dilihat apakah setiap variable bebas secara individu memberikan kontribusi yang berarti terhadap minat berbisnis online, yang ditunjukkan dari nilai signifikansi masing-masing koefisien regresi.

Adapun kriteria untuk pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- Jika  $t_{hitung} \geq t_{table}$  atau Signifikansi  $t < 0,05$  maka Hipotesis diterima yang artinya setiap variable secara individu dan Signifikan mempengaruhi variable dependen.
- Jika  $t_{hitung} \leq t_{table}$  atau Signifikan  $t > 0,05$  maka Hipotesis ditolak yang artinya setiap individu dan signifikan tidak memengaruhi variable dependen.

Dasar perhitungan t table:

$$\begin{aligned} t_{table} &= t(\alpha/2 ; n-k-1) \\ &= t(0,05/2 ; 373-2-1) \\ &= 0,025 ; 370 \\ &= 1,966 \end{aligned}$$

Keterangan :

t = Nilai t table

n = Jumlah sampel

k = Jumlah variable bebas

Adapun hasil pengolahan uji t (Uji Parsial) dapat dilihat pada table dibawah ini:

Tabel 3 Ringkasan Uji T

Variabel	Thitung	Ttabel	Sig.	Keterangan
Penggunaan Media Sosial	14.048	1,966	0,000	Ha diterima
Ekspektasi Pendapatan	13.044		0,000	Ha diterima

Sumber: Data Penelitian Diolah, 2025

Hasil perhitungan dari kedua variabel bebas adalah sebagai berikut:

- Nilai t hitung untuk variabel Penggunaan Media Sosial adalah 14.048 dimana nilai tersebut lebih besar dibandingkan dengan nilai t table. Selain itu, nilai signifikan sebesar 0,000 kurang dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya, terdapat pengaruh signifikan dari Penggunaan Media Sosial terhadap minat berbisnis online.
- Nilai t hitung variabel Ekspektasi Pendapatan adalah 13.044 dimana nilai tersebut lebih besar dibandingkan dengan nilai t table. Selain itu, nilai signifikan sebesar 0,000 kurang dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya, terdapat pengaruh signifikan dari Ekspektasi Pendapatan terhadap minat berbisnis online.

### Uji F ( Simultan)

Uji F atau uji simultan dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui dampak secara bersama-sama dari seluruh variable independen terhadap variable Penggunaan Media Sosial ( $X_1$ ) dan Ekspektasi Pendapatan ( $X_2$ ) secara kolektif memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berbisnis online ( $Y$ ). Hasil dari uji F memberikan gambaran umum terhadap kekuatan model regresi yang digunakan dalam penelitian ini.

Adapun kriteria untuk pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- Jika  $F_{hitung} \geq F_{table}$  atau Signifikan  $F < 0,05$ , maka terdapat pengaruh variable X secara simultan terhadap variable Y.
- Jika  $F_{hitung} \leq F_{table}$  atau Signifikan  $F > 0,05$ , maka tidak terdapat pengaruh variable X secara simultan terhadap variable Y.

Dasar perhitungan F table adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} F_{table} &= F(k; n-k-1) \\ &= F(2; 373-2-1) \\ &= F(2; 370) \\ &= 3,02 \end{aligned}$$

Keterangan:

f = Nilai f table

n = Jumlah sampel

k = Jumlah variable bebas

Adapun hasil pengolahan uji F pada table berikut:

Tabel 4 Ringkasan Uji F

Ftabel	Fhitung	Sig.	Keterangan
3,02	128.439	0,000	Ha diterima

Sumber: Data Penelitian Diolah, 2025

Berdasarkan hasil uji F di atas, ditunjukkan bahwa nilai F 128.439 lebih besar dari F table 3,02 dengan signifikan 0,000 lebih kecil dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Penggunaan Media Sosial dan Ekspektasi Pendapata berpengaruh signifikan terhadap minat berbisnis online.

## Pembahasan

### Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berbisnis Online

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berbisnis online pada mahasiswa rumpun ilmu ekonomi Universitas Siliwangi. Semakin tinggi intensitas penggunaan media sosial — baik dari segi frekuensi, durasi, maupun kualitas interaksi — semakin besar pula kecenderungan mahasiswa untuk menumbuhkan minat berbisnis online. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga menjadi instrumen penting dalam membuka peluang usaha dan pembelajaran bisnis digital.

Secara teoritis, temuan ini sejalan dengan Theory of Planned Behavior (Ajzen, 1991), yang menekankan bahwa minat seseorang dipengaruhi oleh persepsi kontrol perilaku. Penggunaan media sosial memberikan persepsi bahwa bisnis online mudah diakses dan dijalankan, sehingga meningkatkan rasa percaya diri mahasiswa untuk berwirausaha.

Pengaruh positif tersebut muncul karena media sosial memfasilitasi promosi produk berbiaya rendah, memperluas jaringan konsumen, serta menyediakan ruang belajar dan interaksi bisnis yang praktis. Hasil ini konsisten dengan penelitian Cahayani et al. (2022) dan Mahadewi & Widhiyani (2023) yang juga membuktikan adanya pengaruh signifikan penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa media sosial berperan penting dalam menumbuhkan minat berbisnis online mahasiswa, melalui kemudahan akses, perluasan jangkauan pasar, serta peningkatan kepercayaan diri dalam berwirausaha.

### Pengaruh Ekspektasi Pendapatan Terhadap Minat Berbisnis Online

Hasil penelitian membuktikan bahwa ekspektasi pendapatan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berbisnis online mahasiswa rumpun ilmu ekonomi Universitas Siliwangi. Mahasiswa yang memiliki harapan untuk memperoleh pendapatan lebih tinggi cenderung memiliki minat lebih besar dalam menjalankan bisnis online. Hal ini

terlihat dari keyakinan mahasiswa bahwa berbisnis online dapat memberikan keuntungan lebih baik dibandingkan bekerja sebagai karyawan, serta adanya pandangan bahwa bisnis digital memiliki potensi penghasilan yang lebih fleksibel dan terus berkembang seiring dengan meningkatnya pengalaman. Dengan demikian, ekspektasi pendapatan terbukti menjadi salah satu faktor pendorong penting dalam menumbuhkan minat berbisnis online.

Secara teoritis, temuan ini sejalan dengan pandangan Zimmerer dan Scarborough (dalam Tryazi Putra et al., 2021) yang menyebutkan bahwa ekspektasi pendapatan merupakan harapan seseorang terhadap penghasilan yang akan diperoleh setelah melakukan suatu pekerjaan. Dalam Theory of Planned Behavior, faktor ini termasuk dalam sikap terhadap perilaku, di mana keyakinan mengenai keuntungan finansial dari suatu tindakan akan memengaruhi intensi atau niat individu untuk melakukannya. Jika mahasiswa menilai bahwa bisnis online berpotensi memberikan pendapatan yang lebih besar dibandingkan pilihan lain, maka sikap positif ini akan memperkuat niat mereka untuk terjun ke dalam usaha digital.

Alasan mengapa ekspektasi pendapatan berpengaruh adalah karena motivasi finansial masih menjadi pendorong utama bagi mahasiswa dalam menentukan pilihan karier. Banyak mahasiswa ingin memperoleh penghasilan tambahan bahkan sebelum lulus kuliah, dan bisnis online dipandang sebagai jalur yang cepat dan realistis untuk mencapainya. Kemudahan memulai usaha dengan modal kecil serta peluang pasar yang luas membuat mahasiswa semakin yakin bahwa ekspektasi penghasilan dapat terwujud. Keyakinan inilah yang kemudian mendorong mereka untuk lebih tertarik dan berkomitmen menjalankan bisnis online secara konsisten.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Tryazi Putra et al. (2021) yang menunjukkan bahwa ekspektasi pendapatan berpengaruh signifikan terhadap minat berbisnis online mahasiswa Universitas Jambi. Penelitian Mahadewi dan Widhiyani (2023) juga menguatkan bahwa ekspektasi pendapatan memberikan pengaruh positif yang signifikan terhadap minat berwirausaha di masa pandemi, bahkan dengan pengaruh yang lebih besar dibandingkan variabel lain seperti penggunaan media sosial. Selain itu, Hilmania et al. (2024) juga menemukan bahwa ekspektasi pendapatan memiliki kontribusi signifikan dalam meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa di Surabaya, sehingga mempertegas peran ekspektasi finansial sebagai faktor kunci dalam membentuk minat berbisnis.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa ekspektasi pendapatan berpengaruh signifikan terhadap minat berbisnis online mahasiswa, karena harapan memperoleh keuntungan finansial menjadi motivasi utama yang mendorong mereka untuk memulai usaha. Hal ini sejalan dengan teori perilaku terencana yang menekankan sikap positif terhadap keuntungan sebagai pendorong intensi berperilaku, sehingga ekspektasi pendapatan berfungsi sebagai faktor internal yang memperkuat minat berwirausaha digital.

**Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Ekspektasi Pendapatan Terhadap Minat Berbisnis Online**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial dan ekspektasi pendapatan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat berbisnis online pada mahasiswa rumpun ilmu ekonomi Universitas Siliwangi. Temuan ini menegaskan bahwa kedua faktor tersebut saling melengkapi dalam mendorong mahasiswa untuk menumbuhkan minat berwirausaha digital. Mahasiswa yang aktif memanfaatkan media sosial dan memiliki ekspektasi pendapatan tinggi cenderung lebih termotivasi untuk memulai serta mengembangkan bisnis online.

Secara teoritis, hasil ini sejalan dengan Theory of Planned Behavior (Ajzen, 1991), di mana ekspektasi pendapatan mencerminkan sikap positif terhadap perilaku, sedangkan penggunaan media sosial mencerminkan persepsi kontrol perilaku yang memudahkan

individu dalam bertindak. Kombinasi keduanya memperkuat niat mahasiswa untuk berbisnis online, karena mereka merasa memiliki kemudahan akses sekaligus potensi keuntungan finansial yang menjanjikan.

Keterpaduan kedua variabel ini menggambarkan bahwa bisnis online membutuhkan sinergi antara motivasi internal dan dukungan eksternal. Mahasiswa dengan ekspektasi pendapatan tinggi tanpa dukungan media sosial akan kesulitan merealisasikan niatnya, sementara penggunaan media sosial tanpa dorongan finansial hanya akan berfungsi sebagai sarana hiburan. Ketika keduanya hadir bersamaan, minat berbisnis online meningkat secara signifikan karena mahasiswa meyakini bahwa usaha digital tidak hanya mudah dijalankan, tetapi juga menguntungkan.

Hasil ini sejalan dengan temuan Hikmatullila & Dewi (2024) yang membuktikan bahwa penggunaan media sosial dan ekspektasi pendapatan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa dengan kontribusi 40,2%. Penelitian Mahadewi & Widhiyani (2023) serta Hilmania et al. (2024) juga mendukung hasil tersebut, menunjukkan bahwa kombinasi faktor digital dan motivasi finansial memberikan kontribusi besar terhadap minat berwirausaha di kalangan mahasiswa.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penggunaan media sosial dan ekspektasi pendapatan secara simultan memiliki pengaruh signifikan dan lebih kuat dibandingkan pengaruh masing-masing variabel secara parsial. Media sosial berperan sebagai sarana pendukung eksternal, sementara ekspektasi pendapatan berfungsi sebagai pendorong internal yang bersama-sama membentuk minat berbisnis online mahasiswa secara optimal.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh penggunaan media sosial dan ekspektasi pendapatan terhadap minat berbisnis online pada mahasiswa program studi rumpun ilmu ekonomi Universitas Siliwangi, maka dapat disimpulkan hal-hal berikut:

1. Penggunaan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berbisnis online mahasiswa. Semakin aktif mahasiswa memanfaatkan media sosial untuk mencari informasi, berinteraksi, dan memasarkan produk, semakin tinggi pula minat mereka untuk berbisnis.
2. Ekspektasi pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berbisnis online mahasiswa. Harapan memperoleh pendapatan yang lebih tinggi melalui bisnis online menjadi motivasi utama yang mendorong mahasiswa untuk memulai usaha.
3. secara simultan, penggunaan media sosial dan ekspektasi pendapatan berpengaruh signifikan terhadap minat berbisnis online mahasiswa. Kombinasi keduanya menghasilkan dorongan yang lebih kuat dibandingkan pengaruh masing-masing secara terpisah. Media sosial menyediakan sarana praktis untuk berwirausaha, sedangkan ekspektasi pendapatan memberikan motivasi finansial. Ketika keduanya hadir bersama, mahasiswa lebih terdorong untuk menumbuhkan minat berbisnis online secara konsisten.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- 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)
- Felya, & Budiono, H. (2020). Pengaruh Theory Of Planned Behavior Terhadap Minat Kewirausahaan Mahasiswa Universitas Tarumanagara. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 2(1), 131. <https://doi.org/10.24912/jmk.v2i1.7453>
- Ghozali, I. (2018a). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Hilmania, H., Fadhillah, I., & Fitriyani, A. (2024). Pengaruh Ekspektasi Pendapatan dan Penggunaan Media Sosial Tiktok terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa STIE IBMT Surabaya. *Socius: Jurnal Penelitian* 1(February), 131–139. <https://ojs.daarulhuda.or.id/index.php/Socius/article/view/223>
- Ismartini, P. (2025). STATISTIK E-COMMERCE 2023. In Badan pusat statistik (Vol. 6,1).
- Jumadi, R., & Mustofa, N. H. (2022). Pengaruh Media Sosial, Pendidikan Kewirausahaan, Ekspektasi Pendapatan Dan Religiusitas Terhadap Minat Bisnis. *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, 3(2), 115. <https://doi.org/10.31000/almaal.v3i2.5270>
- Maullah, S., & Rofiuddin, M. (2021). Mengukur minat berwirausaha dengan menggunakan pendekatan theory of planned behavior dan religiusitas. *Journal of Management and Digital Business*, 1(2), 105–121. <https://doi.org/10.53088/jmdb.v1i2.49>
- Sugiyono. (2023). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif, dan R&D. ALFABETA.