

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>ABSTRACT</b> .....	ii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	iii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	vii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	ix
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	x
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2. Identifikasi Masalah .....	4
1.3. Rumusan Masalah .....	10
1.4. Tujuan Penelitian.....	10
1.5. Manfaat Penelitian.....	11
1.6. Struktur Organisasi Laporan Penelitian .....	12
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b>	
2.1. Pengertian Minat dan Minat Berwirausaha.....	15
2.1.1. Pengertian Minat .....	15
2.1.2. Minat Wirausaha .....	17
2.2. Konsep Media Sosial.....	20
2.2.1. Media Sosial .....	20
2.2.2. Kelebihan Media Sosial .....	21
2.3. Teori Penerimaan Teknologi .....	22
2.3.1. <i>Theory of Reason Action</i> (TRA) .....	22
2.3.2. <i>Theory of Planned Behaviour</i> (TPB) .....	23
2.3.3. <i>Theory Technological Acceptance Model</i> (TAM) .....	25
2.3.4. Dekomposisi <i>Theory of Planned Behaviour</i> (DTPB) .....	27
2.4. Penelitian Pendukung .....	31
2.5. Sintesa Teori dan Penelitian Terdahulu .....	34
2.6. Kerangka Penelitian .....	35
2.7. Hipotesis Penelitian .....	38
2.7.1. Hipotesis Dekomposisi Sikap .....	38

2.7.2. Hipotesis Dekomposisi Norma Subjektif .....	40
2.7.3. Hipotesis Dekomposisi Persepsi Kontrol Perilaku.....	41
2.7.4. Hipotesis Sikap dan Minat Berperilaku .....	42
2.7.5. Hipotesis Norma Subjektif dan Minat Berperilaku .....	43
2.7.6. Hipotesis Persepsi Kontrol Perilaku dan Minat Berperilaku ....	43

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1 Jenis dan Metode Penelitian .....	45
3.2.Sumber Data,Populasi dan Sampel .....	45
3.2.1.Sumber Data.....	45
3.2.2.Populasi.....	46
3.2.3.Sampel.....	46
3.3. Variabel Operasional Penelitian .....	48
3.4. Teknik Analisis Data .....	51
3.4.1.Penyusunan Kuesioner Penelitian.....	52
3.4.2.Uji Validitas Instrumen.....	54
3.4.3.Uji Reabilitas Instrumen.....	55
3.5. Teknik Analisa Data.....	55
3.5.1.Definisi <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM).....	55
3.5.2.Model SEM <i>Partial Least Square</i> (PLS).....	57
3.6. Evaluasi Model .....	59
3.6.1. Evaluasi Outer Model ( <i>measurement model</i> ).....	59
3.6.2. Evaluasi Inner Model ( <i>structural model</i> ).....	62
3.7. Pengujian Hipotesis .....	64
3.8. Kriteria yang Digunakan .....	65

### **BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1. Deskripsi Hasil Penelitian .....	68
4.1.1. Karakteristik Responden Penelitian .....	68
4.1.2. Deskripsi Usia dan Jenis Kelamin Responden.....	70
4.1.3. Deskripsi Jumlah Akun Media Sosial Berdasarkan Jenis Kelamin.....	70

4.1.4. Deskripsi Durasi Penggunaan Internet Berdasarkan Akses Internet .....	71
4.1.5. Deskripsi Produk dan Jasa Yang Dijual Responden .....	72
4.2. Deskripsi Variabel Penelitian .....	74
4.3. Uji Kualitas Data .....	82
4.3.1. Uji Validitas .....	82
4.3.2. Uji Reabilitas .....	85
4.4. Evaluasi Data .....	86
4.4.1. Evaluasi Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	86
4.4.1.1. Uji Validitas Konvergen .....	87
4.4.1.2. Uji Validitas Diskriminan .....	88
4.4.1.3. Uji <i>Composite Reliability</i> .....	90
4.4.2. Evaluasi Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	90
4.4.2.1. R-Square .....	90
4.4.2.2. Relevansi Prediksi ( $Q^2$ ) .....	92
4.4.2.3. <i>Effect Size (f)</i> .....	92
4.4.2.4. <i>Goodness of Fit (GoF)</i> .....	93
4.5. Pengujian Hipotesis .....	94
4.5.1. Pengujian Hipotesis <i>Outer Model</i> .....	94
4.5.2. Pengujian Hipotesis <i>Inner Model</i> .....	94
4.6. Pembahasan Hasil Penelitian .....	98
4.6.1. Pengaruh Persepsi Penggunaan Terhadap Sikap Menggunakan Media Sosial Dalam Berwirausaha .....	98
4.6.2. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Sikap Menggunakan Media Sosial Dalam Berwirausaha .....	99
4.6.3. Pengaruh Interpersonal Terhadap Norma Subjektif .....	101
4.6.4. Pengaruh Eksternal Terhadap Norma Subjektif .....	101
4.6.5. Pengaruh Efikasi Diri Terhadap Persepsi Kontrol Perilaku .....	102
4.6.6. Pengaruh Kondisi Fasilitas Teknologi Terhadap Persepsi Kontrol Berperilaku .....	103
4.6.7. Pengaruh Sikap Menggunakan Media Sosial Terhadap Minat Menggunakan Media Sosial dalam Berwirausaha .....	104

4.6.8. Pengaruh Norma Subjektif Terhadap Minat Menggunakan Media Sosial dalam Berwirausaha .....	105
4.6.9. Persepsi Kontrol Berperilaku Terhadap Minat Menggunakan Media Sosial Dalam Berwirausaha .....	106

## **BAB V. SIMPULAN IMPLIKASI DAN REKOMENDASI**

5.1. Simpulan .....	109
5.2. Implikasi .....	112
5.3. Rekomendasi .....	112

DAFTAR RUJUKAN .....	115
----------------------	-----

## LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

2.1. Hasil Penelitian Pendukung .....	33
3.1. Daftar Rombel SMKN Kota Bandung Bidang Keahlian Teknologi .....	
Informasi dan Komunikasi .....	46
3.2. Jumlah Sampel Penelitian .....	48
3.3. Indikator Variabel Penelitian .....	49
3.4. Skala Instrumen Penelitian .....	52
3.5. Pernyataan Variabel Penelitian .....	53
3.6. Ringkasan <i>Rule of Thumb</i> Evaluasi Model Pengukuran-Refleksif .....	61
3.7. Ringkasan <i>Rule of Thumb</i> Evaluasi Model Struktural .....	64
3.8. Kategorisasi Persepsi Kegunaan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan.....	66
3.9. Kategorisasi Tingkat Terhadap Media Sosial dan Minat Menggunakan Media Sosial dalam Berwirausaha .....	66
3.10. Kategorisasi Tingkat Pengaruh Interpersonal, Pengaruh Eksternal dan Efikasi Diri.....	67
3.11. Kategorisasi Kondisi Fasilitas Teknologi .....	67
4.1. Rincian Sampel Penelitian .....	68
4.2. Karakteristik Responden .....	69
4.3. Penjualan Produk dan Jasa Melalui Media Sosial .....	73
4.4. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian .....	74
4.5. Deskripsi Indikator Variabel Persepsi Kegunaan .....	75
4.6. Deskripsi Indikator Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan .....	76
4.7. Deskripsi Indikator Variabel Pengaruh Interpersonal .....	77
4.8. Deskripsi Indikator Variabel Pengaruh Eksternal .....	77
4.9. Deskripsi Indikator Variabel Efikasi Diri .....	78
4.10. Deskripsi Indikator Variabel Kondisi Fasilitas Teknologi .....	79
4.11. Deskripsi Indikator Variabel Sikap .....	80
4.12. Deskripsi Indikator Variabel Norma Subjektif .....	80
4.13. Deskripsi Indikator Variabel Persepsi Kontrol Perilaku .....	81
4.14. Deskripsi Indikator Variabel Laten Minat Penggunaan .....	82
4.15. Hasil Uji Validitas .....	83

4.16. Hasil Uji Validitas Hasil Re-estimasi .....	84
4.17. <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i> .....	85
4.18. Nilai <i>Outer Loading</i> Variabel Penelitian .....	87
4.19. <i>Output Average Variance Extracted (AVE)</i> .....	88
4.20. <i>Latent Variabel Correlation</i> .....	89
4.21. Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i> .....	90
4.22. Output R-Square .....	91
4.23. Hasil Prediktif Relefansinya .....	92
4.24. Hasil <i>Effect Size</i> .....	93
4.25. Output <i>Inner Weight</i> .....	95

## DAFTAR GAMBAR

1.1. Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2005 - 2015.....	3
1.2. Transaksi Usaha Pada Media Online di Indonesia .....	4
1.3 Pengangguran Terbuka Jawa Barat Menurut Tingkat Pendidikan.....	5
1.4. Prosentase Pra-Penelitian Siswa SMK Kelas X.....	7
2.1. <i>Theory Of Reason Action</i> (TRA) .....	23
2.2. <i>Theory of Planned Behaviour</i> (TPB) .....	24
2.3. <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM).....	25
2.4. Dekomposisi Model TPB .....	30
2.5. Kerangka Penelitian .....	36
3.1. Penerapan Kerangka Pemikiran Pada Model PLS-SEM .....	51
3.2. Tahapan Analisis Menggunakan PLS-SEM .....	57
4.1. Perbandingan Jumlah Jenis Kelamin dan Usia Responden .....	70
4.2. Jumlah Akun Media Sosial Responden .....	71
4.3. Durasi Penggunaan dan Akses Internet .....	72
4.4. Media Sosial Yang Digunakan Responden .....	73
4.5. Tampilan Output Pengujian Model Struktural .....	98

## DAFTAR LAMPIRAN

- Surat Keputusan Pembimbing Tesis
- Surat Permohonan Penelitian

### Lampiran A

- A1. Angket Pra Penelitian
- A2. Angket Penelitian

### Lampiran B

- B1. Data Kuesioner
- B2. Data Deskripsi Profil Responden
- B3. Data Crosstabs
- B4. Data Deskriptif SPSS

### Lampiran C

- C1. Gambar Full Model Penelitian.
- C2. Outer Loading Full Model
- C3. Overview Full Model Penelitian
- C4. Gambar Re-estimasi Model Penelitian
- C5. Outer Loading Model Re-estimasi
- C6. Overview Re-estimasi Model Penelitian
- C7. Nilai Cross Loading
- C8. Latent Variabel Correlation
- C9. Gambar Path Diagram T-Value Model Penelitian
- C10. Path Coefficients (mean, STDEV, T-Value)
- C11. Outer Loading (Mean, STDEV, T.Values)