

**PENGARUH MEDIA SOSIAL, *E-COMMERCE* DAN
PENGETAHUAN AKUNTANSI TERHADAP MINAT
BERWIRAUSAHA**

**NUR AFISYA PERTIWI
1706623130**



**Skripsi Ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Akuntansi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri
Jakarta**

**PROGRAM STUDI S1 AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

2026

***THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA, E-COMMERCE AND
ACCOUNTING KNOWLEDGE on ENTREPRENEURIAL
INTEREST***

**NUR AFISYA PERTIWI
1706623130**



***This Thesis Is Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for Obtaining
a Bachelor's Degree in Accounting at the Faculty of Economics and Business in
Universitas Negeri Jakarta***

***STUDY PROGRAM OF S1 ACCOUNTING
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA***

2026

ABSTRAK

NUR AFISYA PERTIWI. Pengaruh Media Sosial, *E-Commerce* dan Pengetahuan Akuntansi Terhadap Minat Berwirausaha. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta, 2026.

Penelitian ini untuk mengetahui Pengaruh Media Sosial, *E-Commerce* dan Pengetahuan Akuntansi Terhadap Minat Berwirausaha. Tempat Penelitian adalah lokasi dimana penelitian dilakukan. Peneliti memilih Universitas Negeri Jakarta (UNJ) sebagai lokasi penelitian. Penelitian ini akan dilakukan dengan mengisi *Google Form* yang akan disebarakan secara *online* dengan subjek penelitian ini, yaitu Mahasiswa Akuntansi angkatan 2021 dan 2022. Pengolahan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan komputer menggunakan program SPSS (*Statistical Program For Social Science*) versi 25.0. Hasil penelitian didapatkan bahwa Media Sosial berpengaruh positif terhadap Minat Berwirausaha. Dengan demikian hasil penelitian ini memberikan kesimpulan bahwa hipotesis pertama dalam penelitian ini diterima. Hipotesis ini diperoleh dari hasil Uji t, menyatakan bahwa Media Sosial berpengaruh positif terhadap Minat Berwirausaha. *E-Commerce* berpengaruh positif terhadap Minat Berwirausaha. Dengan demikian hasil penelitian ini memberikan kesimpulan bahwa hipotesis kedua dalam penelitian ini diterima. Hipotesis ini diperoleh dari hasil Uji t, menyatakan bahwa E-Commerce berpengaruh positif terhadap Minat Berwirausaha. Pengetahuan Akuntansi berpengaruh positif terhadap Minat Berwirausaha. Dengan demikian hasil penelitian ini memberikan kesimpulan bahwa hipotesis ketiga dalam penelitian ini diterima. Hipotesis ini diperoleh dari hasil Uji t, menyatakan bahwa Pengetahuan Akuntansi berpengaruh positif terhadap Minat Berwirausaha.

Katakunci: Media Sosial; *E-Commerce*; Pengetahuan Akuntansi; Minat Berwirausaha

Intelligentia - Dignitas

ABSTRACT

NUR AFISYA PERTIWI. *The Influence of Social Media, E-Commerce, and Accounting Knowledge on Entrepreneurial Interest. Faculty of Economics and Business, Universitas Negeri Jakarta, 2026.*

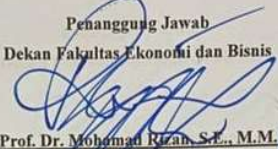
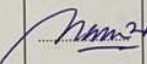
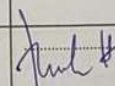
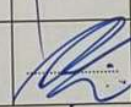
This study aims to determine The Influence of Social Media, E-Commerce, and Accounting Knowledge on Entrepreneurial Interest. The research location is the location where the research was conducted. The researcher chose Universitas Negeri Jakarta (UNJ) as the research location. This research will be conducted by filling out a Google Form which will be distributed online to the subjects of this research that are Accounting Students of the 2021 and 2022 classes. Data processing carried out in this study is by computer using the SPSS (Statistical Program for Social Science) version 25.0. The results of the study showed that social media has a positive effect on entrepreneurial interest. Thus, the results of this study provide the conclusion that the first hypothesis in this study is accepted. This hypothesis is obtained from the results of the t-test, stating that social media has a positive effect on entrepreneurial interest. E-Commerce has a positive effect on entrepreneurial interest. Thus, the results of this study provide the conclusion that the second hypothesis in this study is accepted. This hypothesis is obtained from the results of the t-test, stating that E-Commerce has a positive effect on entrepreneurial interest. Accounting Knowledge has a positive effect on entrepreneurial interest. Thus, the results of this study conclude that the third hypothesis in this study is accepted. This hypothesis, obtained from the t-test, states that Accounting Knowledge has a positive effect on Entrepreneurial Interest.

Keywords: *Social Media; E-Commerce; Accounting Knowledge; Entrepreneurial Interest*

Intelligentia - Dignitas

LEMBAR PENGESAHAN

Lembar Pengesahan Skripsi

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI			
Penanggung Jawab Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  <u>Prof. Dr. Mohammad Rizal, S.E., M.M.</u> NIP. 197206272006041001			
No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Prof. Dr. IGKA Ulupui, SE., M.Si., Ak., CA. NIP 196612131993032003 (Ketua)		25/2/2026
2	Ratna Anggraini, SE., M.Si., Ak., CA. NIP 197404172000122001 (Sekretaris)		24/2/2026
3	Adam Zakaria, SE., M.Si., Ph.D., Ak., CA., CFA., CIA., CRP. NIP 197504212008011011 (Penguji Ahli)		23/2/2026
4	Nuramalia Hasanah, S.E., M.Ak NIP 197706172008122001 (Pembimbing 1)		26/2/2026
5	Dwi Handarini, S.Pd., M.Ak NIP 198907312015042004 (Pembimbing 2)		24/2/2026
Nama : Nur Afisya Pertiwi No. Registrasi : 1706623130 Program Studi : Akuntansi Tanggal Lulus : 23 Januari 2026			

*Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12
- dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru*

F072020

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nur Afisyah Pertiwi

NIM : 1706623130

Program Studi : S1 Akuntansi

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi saya yang berjudul "Pengaruh Media Sosial, *E-Commerce* dan Pengetahuan Akuntansi Terhadap Minat Berwirausaha" merupakan hasil karya saya sendiri. Setiap bagian dalam penelitian ini yang mengutip karya orang lain telah dicantumkan sumbernya secara jelas, sesuai dengan norma, kaidah, serta etika penelitian ilmiah, dan telah dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran tanpa adanya tekanan dari pihak mana pun. Jika di kemudian hari ditemukan bahwa seluruh atau sebagian dari skripsi ini bukan merupakan hasil karya saya sendiri atau mengandung unsur plagiarisme, saya siap menerima sanksi akademik, termasuk pencabutan gelar yang telah diperoleh serta sanksi lain sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 20 Februari 2026



NUR AFISYA PERTIWI
1706623130

iv

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
PERPUSTAKAAN DAN KEARSIPAN
Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Nur Afisya Pertiwi
NIM : 1706623130
Fakultas/Prodi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis / Prodi S1 Akuntansi
Alamat email : nurafisy@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan dan Kearsipan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Disertasi ☐ Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Pengaruh Media Sosial, *E-Commerce* dan Pengetahuan Akuntansi Terhadap Minat

Berwirausaha

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan dan Kearsipan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 20 Februari 2026

Penulis

(Nur Afisya Pertiwi)
nama dan tanda tangan

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis haturkan kepada Allah SWT atas limpahan rahmat, nikmat, serta petunjuk-Nya yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran dalam menyelesaikan proposal ini. Shalawat serta salam senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, suri teladan umat manusia. Penulis juga mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada berbagai pihak yang telah berkontribusi, baik secara moral maupun material, selama proses pelaksanaan dan penyusunan proposal ini. Berkat bimbingan, arahan, serta dukungan yang diberikan, penulis dapat menyelesaikan tugas ini dengan sebaik mungkin. Dengan penuh rasa hormat penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Nuramalia Hasanah, S.E., M.Ak selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah meluangkan waktu untuk memberikan saran, bimbingan, dukungan, informasi, dan arahan hingga proposal ini dapat diselesaikan.
2. Dwi Handarini, S.Pd., M.Ak. selaku Koordinator Program Studi S1 Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta dan selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah meluangkan waktu untuk memberikan saran, bimbingan, dukungan informasi, dan arahan hingga proposal ini dapat diselesaikan.
3. Dr. Muhammad Yusuf, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah meluangkan waktu untuk memberikan saran, bimbingan, dukungan, informasi, dan arahan hingga proposal ini dapat diselesaikan.

4. Para dosen penguji, Prof. Dr. IGKA Ulupui, SE., M.Si., Ak., CA., Adam Zakaria, SE., M.Si., Ph.D., Ak., CA., CFrA., QIA., CRP., dan Ratna Anggraini, SE., M.Si., Ak., CA., yang telah memberikan saran serta kritik yang membangun dalam proses penyusunan skripsi ini. Masukan yang diberikan sangat berarti dalam menyempurnakan penelitian ini sehingga dapat terselesaikan dengan lebih baik
5. Suami saya Ahmad Hudzaifah, anak saya Uwais Ahmad Hudzaifah, orang tua, mertua, serta keluarga dan teman-teman yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan untuk saya dapat menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa proposal ini masih memiliki kekurangan. Oleh karena itu, penulis memohon maaf atas segala keterbatasan tersebut dan sangat mengharapkan kritik serta saran yang membangun. Semoga proposal berjudul “Pengaruh Media Sosial, *E-commerce* dan Pengetahuan Akuntansi Terhadap Minat Berwirausaha” ini dapat bermanfaat bagi setiap pembacanya.

Jakarta, 15 Januari 2026

Intelligentia - Dignitas

Nur Afisya Pertiwi

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	iv
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	16
1.3 Tujuan Penelitian	16
1.4 Kegunaan Penelitian.....	16
1.5 Batasan Masalah.....	17
BAB 2 KAJIAN PUSTAKA.....	18
2.1 Teori Pendukung.....	18
2.1.1 Teori Perilaku Terencana (<i>Theory of Planned Behavior</i>)	18

2.1.2 Minat Berwirausaha	22
2.1.2.1 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha.....	25
2.1.2.2 Indikator yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha	27
2.1.3 Media Sosial.....	29
2.1.3.1 Karakteristik Media Sosial.....	30
2.1.3.2 Fungsi Media Sosial.....	32
2.1.3.3 Indikator Media Sosial.....	34
2.1.4 <i>E-Commerce</i>	37
2.1.4.1 Klasifikasi <i>E-Commerce</i>	38
2.1.4.2 Indikator <i>E-Commerce</i>	40
2.1.5 Pengertian Pengetahuan Akuntansi.....	43
2.1.5.1 Indikator Pengetahuan Akuntansi	47
2.2 Penelitian Terdahulu.....	49
2.3 Kerangka Teori dan Pengembangan Hipotesis.....	56
2.3.1 Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha	56
2.3.2 Pengaruh E-Commerce Terhadap Minat Berwirausaha.....	58
2.3.3 Pengaruh Pengetahuan Akuntansi Terhadap Minat Berwirausaha	60
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	62
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian.....	62
3.1.1 Waktu Penelitian	62
3.1.2 Tempat Penelitian.....	63
3.2 Desain Penelitian.....	63

3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	65
3.3.1 Populasi Penelitian	65
3.3.2 Sampel Penelitian.....	65
3.4 Pengembangan Instrumen	66
3.4.1 Minat Berwirausaha	66
3.4.2 Media Sosial.....	66
3.4.3. <i>E-Commerce</i>	67
3.4.4. Pengetahuan Akuntansi.....	68
3.5 Skala Penelitian.....	73
3.6 Teknik Pengumpulan Data	73
3.7 Teknik Analisis Data.....	74
3.7.1 Uji Kualitas Data.....	74
3.7.1.1 Uji Validitas	74
3.7.1.2 Uji Reliabilitas	75
3.7.2 Uji Asumsi Klasik.....	75
3.7.2.1 Uji Normalitas.....	76
3.7.2.2 Uji Multikolinieritas.....	77
3.7.3 Analisis Regresi Linier Berganda	77
3.7.4 Uji Hipotesis	78
3.7.4.1 Uji Parsial (Uji t).....	78
3.7.4.2 Uji Kelayakan (Uji F).....	79
3.7.4.3 Uji Koefisien Determinan (R^2).....	80

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	81
4.1 Deskripsi Data.....	81
4.1.1. Uji Instrumen.....	81
4.1.2 Penyebaran Kuesioner.....	82
4.1.3 Profil Responden.....	83
4.2 Uji Kualitas Data.....	85
4.2.1 Uji Validitas.....	85
4.2.2 Uji Reabilitas.....	87
4.3 Hasil.....	88
4.3.1 Statistik Deskriptif.....	88
4.3.2 Uji Asumsi Klasik.....	91
4.3.2.1 Uji Normalitas.....	91
4.3.2.1.1 Uji Normalitas (P-Plot).....	92
4.3.2.1.2 Uji Normalitas (Kolmogorov-Smirnov).....	93
4.3.2.2 Uji Multikolinieritas.....	94
4.3.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	96
4.3.4 Uji Hipotesis.....	98
4.3.4.1 Uji F (Simultan).....	99
4.3.4.2 Uji t (Parsial).....	100
4.3.4.3 Uji Koefisien Determinan (R^2).....	103
4.5 Pembahasan.....	104
4.5.1 Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha.....	104

4.5.2 Pengaruh <i>E-Commerce</i> Terhadap Minat Berwirausaha.....	108
4.5.3 Pengaruh Pengetahuan Akuntansi terhadap Minat Berwirausaha.....	112
BAB V PENUTUP.....	118
5.1 Kesimpulan.....	118
5.2 Implikasi.....	119
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	121
5.4 Saran.....	122
DAFTAR PUSTAKA	124
LAMPIRAN.....	130



Intelligentia - Dignitas

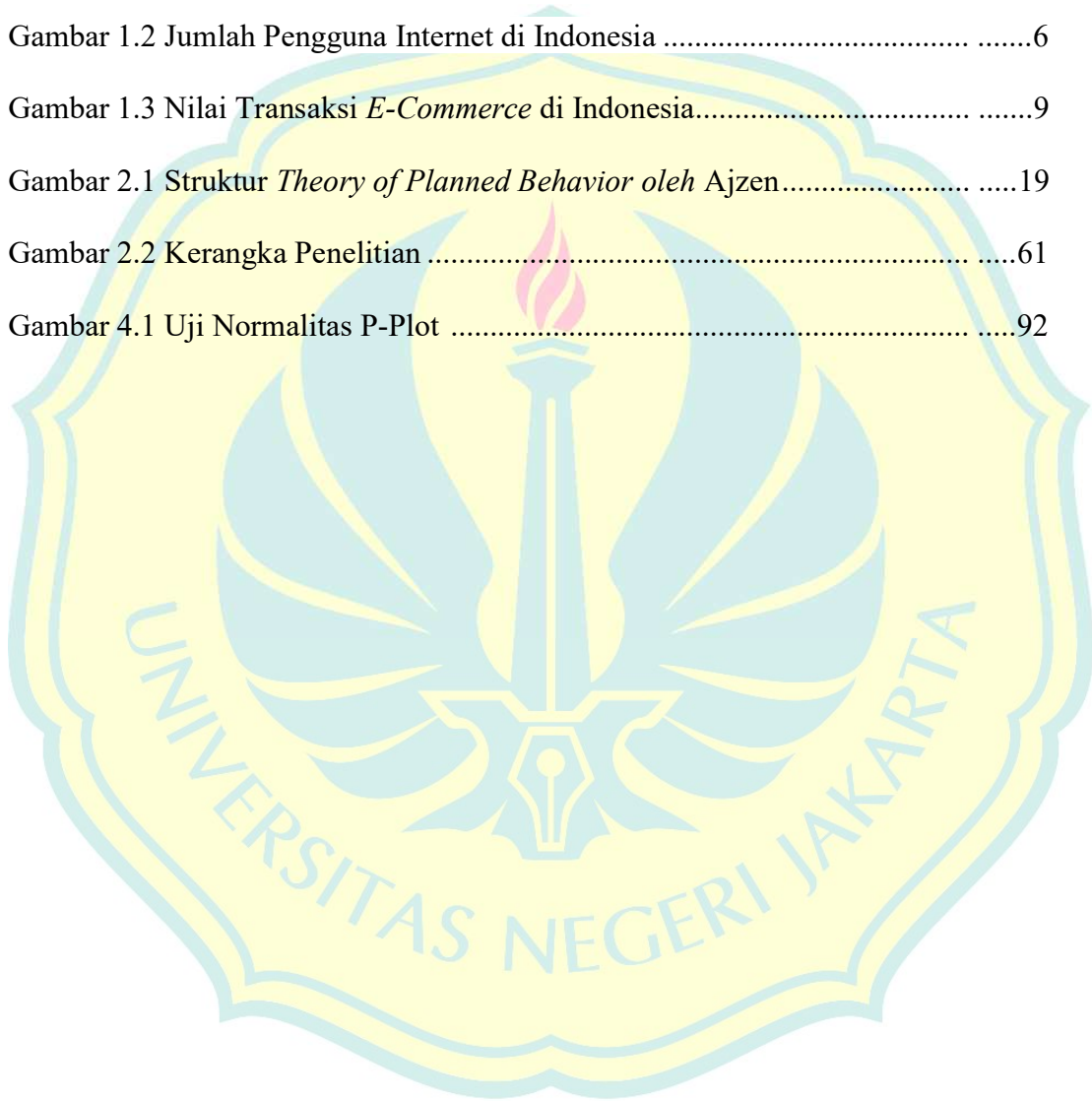
DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	50
Tabel 3.1 Indikator Penelitian.....	69
Tabel 3.2 Tabel Skala Likert.....	73
Tabel 4.1 Tabel Profil Responden.....	83
Tabel 4.2 Uji Validitas Data	85
Tabel 4.3 Uji Reabilitas Data	87
Tabel 4.4 Interpretasi Skala Pengukuran	88
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif	89
Tabel 4.6 Uji Normalitas Kormogolov-Smirnov	93
Tabel 4.7 Uji Multikolinieritas.....	94
Tabel 4.8 Uji Regresi Berganda.....	96
Tabel 4.9 Uji F	99
Tabel 4.10 Uji t	101
Tabel 4.11 Uji Koefisien Determinasi	103

Intelligentia - Dignitas

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Rasio Jumlah Pengusaha terhadap Populasi	3
Gambar 1.2 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia	6
Gambar 1.3 Nilai Transaksi <i>E-Commerce</i> di Indonesia.....	9
Gambar 2.1 Struktur <i>Theory of Planned Behavior</i> oleh Ajzen.....	19
Gambar 2.2 Kerangka Penelitian	61
Gambar 4.1 Uji Normalitas P-Plot	92



Intelligentia - Dignitas

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Lembar Kuesioner	130
Lampiran 2: Indikator (Sebelum dan Sesudah Uji Instrumen)	135
Lampiran 3: Tabulasi Uji Instrumen (N32)	139
Lampiran 4: Hasil Uji Validitas dan Reabilitas Uji Instrumen	141
Lampiran 5: Data Responden Sesungguhnya (N110).....	148
Lampiran 6: Tabulasi Data Kuesioner Sesungguhnya	150
Lampiran 7: Hasil Uji Validitas Kuesioner Sesungguhnya	158
Lampiran 8: Hasil Uji Reabilitas Kuesioner Sesungguhnya.....	165
Lampiran 9: Statistik Deskriptif.....	166
Lampiran 10: Uji Normalitas	167
Lampiran 11: Uji Multikolinieritas	168
Lampiran 12 : Analisis Regresi Linier Berganda.....	169
Lampiran 13: Uji t.....	170
Lampiran 14: Uji F.....	171
Lampiran 15: Uji Koefisien Determinan (R^2)	172
Lampiran 16: Dokumentasi Penyebaran Kuesioner pada Whatsapp	173
Lampiran 17 : Persetujuan Judul Skripsi	174
Lampiran 18: Kartu Konsultasi Seminar Proposal.....	175
Lampiran 19: Surat Persetujuan Seminar Proposal.....	176
Lampiran 20: Saran dan Perbaikan Seminar Proposal.....	177
Lampiran 21: Kartu Konsultasi Skripsi.....	178

Lampiran 22: Surat Persetujuan Skripsi.....	179
Lampiran 23: Saran dan Perbaikan Skripsi.....	180
Lampiran 23: Hasil Turnitin.....	181
Lampiran 24: Daftar Riwayat Hidup	182



Intelligentia - Dignitas