

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kewirausahaan terhadap motivasi, menganalisis pengaruh strategi pemasaran terhadap motivasi, menganalisis pengaruh kewirausahaan terhadap minat berwirausaha, menganalisis pengaruh strategi pemasaran terhadap minat berwirausaha, menganalisis pengaruh motivasi terhadap minat berwirausaha, menganalisis pengaruh kewirausahaan dan strategi pemasaran melalui motivasi terhadap minat berwirausaha mahasiswa STIE Mahardhika Surabaya. Sampel ini berjumlah 64 responden. Penelitian ini menggunakan metode Kuantitatif. Pengumpulan Data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dan dihitung menggunakan analisis jalur, uji validitas, uji reliabilitas. Alat uji yang digunakan untuk mengolah data menggunakan software SPSS versi 21. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa nilai pengaruh langsung sebesar 0,206 dan pengaruh tidak langsung sebesar 0,447 yang berarti bahwa nilai pengaruh tidak langsung lebih besar dibandingkan dengan nilai pengaruh langsung, hasil ini menunjukkan bahwa secara tidak langsung kewirausahaan melalui motivasi mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Dan berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa nilai pengaruh langsung sebesar 0,158 dan pengaruh tidak langsung sebesar 0,278 yang berarti bahwa nilai pengaruh tidak langsung lebih besar dibandingkan dengan nilai pengaruh langsung, hasil ini menunjukkan bahwa secara tidak langsung strategi pemasaran melalui motivasi mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha.

Kata kunci : Kewirausahaan, Strategi Pemasaran, Motivasi, Dan Minat Berwirausaha Mahasiswa

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of entrepreneurship on motivation, analyze the effect of marketing strategies on motivation, analyze the effect of entrepreneurship on entrepreneurial interest, analyze the effect of marketing strategies on entrepreneurial interest, analyze the effect of motivation on entrepreneurial interest, analyze the effect of entrepreneurship and marketing strategies through motivation on entrepreneurial interest student of STIE Mahardhika Surabaya. This sample is 64 respondents. This research uses quantitative methods. Data collection is done through the distribution of questionnaires and calculated using path analysis, validity test, reliability test. Test equipment used to process data using SPSS software version 21. Based on the results of the study note that the value of the direct effect of 0.206 and the indirect effect of 0.447 which means that the value of the indirect effect is greater than the value of the direct influence, these results indicate that indirectly direct entrepreneurship through motivation has a significant influence on student interest in entrepreneurship. And based on the results of the study note that the value of the direct effect of 0.158 and the indirect effect of 0.278 which means that the value of the indirect effect is greater than the value of the direct influence, these results indicate that indirectly the marketing strategy through motivation has a significant influence on entrepreneurial interest.

Keywords : Motivation, Entrepreneurial, Marketing Strategies, Entrepreneurial Interest