

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Didasarkan hasil studi dan analisis yang telah dilaksanakan, serta sejalan dengan tujuan penelitian yang bertujuan guna mengkaji serta menganalisis pengaruh Motivasi, Efikasi Diri, dan Pemanfaatan Media Sosial terhadap Minat Berbisnis Generasi Z pada Mahasiswa Administrasi Bisnis UPN “Veteran” Jawa Timur, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan uji secara parsial pada uji T yang telah dilakukan terhadap variabel Motivasi (X1) diperoleh bahwa nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel dan memiliki nilai signifikan. Hasil tersebut menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan benar, dan variabel motivasi X1 memang berpengaruh terhadap minat berbisnis generasi Z pada mahasiswa UPN "Veteran" Jawa Timur. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh terhadap minat berbisnis lebih besar apabila motivasi berbisnis mahasiswa semakin tinggi. Motivasi ini dapat berasal dari berbagai faktor, seperti keinginan yang kuat untuk meraih kesuksesan, dukungan lingkungan sekitar, kebutuhan dalam menjalankan bisnis, harapan dan perencanaan masa depan yang matang, apresiasi yang diterima dalam dunia bisnis, serta ketertarikan yang mendalam terhadap dunia bisnis. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa peningkatan motivasi akan mendorong peningkatan minat berbisnis mahasiswa khususnya generasi Z.
2. Berdasarkan hasil uji parsial pada uji T yang telah dilakukan terhadap

variabel Efikasi Diri (X2), diperoleh hasil bahwa nilai  $t$  hitung lebih besar dari  $t$  tabel dan memiliki nilai signifikan. Dengan demikian, hipotesis diterima yang berarti bahwa variabel Efikasi Diri (X2) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berbisnis Generasi Z pada Mahasiswa Administrasi Bisnis UPN "Veteran" Jawa Timur. Dapat dikatakan bahwa dengan meningkatnya Efikasi Diri, kepercayaan diri mahasiswa dalam memulai dan menjalankan bisnis akan semakin kuat, sehingga diharapkan dapat mendorong pertumbuhan jumlah pembisnis muda. Hal ini pada akhirnya berkontribusi terhadap peningkatan aktivitas bisnis di kalangan generasi Z. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa peningkatan Efikasi Diri akan mendorong peningkatan minat berbisnis mahasiswa khususnya generasi Z.

3. Berdasarkan hasil uji parsial pada uji T yang telah dilakukan pada variabel Pemanfaatan Media Sosial (X3), bahwa nilai  $t$  hitung lebih kecil dari  $t$  tabel dan nilainya signifikan maka hipotesis ditolak, hal ini berarti menunjukkan bahwa variabel Pemanfaatan Media Sosial (X3) secara parsial tidak berpengaruh dan signifikan terhadap tingginya pemanfaatan media sosial tidak secara langsung mempengaruhi Minat Berbisnis. Dapat dikatakan bahwa peningkatan atau penurunan Pemanfaatan Media Sosial tidak secara langsung berdampak pada Minat Berbisnis, melainkan dipengaruhi oleh faktor lain. Oleh karena itu, pemanfaatan media sosial tetap perlu diperhatikan agar tidak menimbulkan dampak-dampak negatif yang mempengaruhi Minat Berbisnis Mahasiswa.

4. Berdasarkan hasil pengujian variabel secara simultan pada uji F, diperoleh hasil bahwa seluruh variabel independen secara bersama-sama memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berbisnis Generasi Z pada Mahasiswa Administrasi Bisnis UPN "Veteran" Jawa Timur. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Motivasi (X1), Efikasi Diri (X2), dan Pemanfaatan Media Sosial (X3) secara bersamaan berkontribusi dalam meningkatkan minat mahasiswa untuk berbisnis. Hal ini memperlihatkan bahwa motivasi yang tinggi, efikasi diri (kepercayaan diri) dalam menghadapi tantangan bisnis, serta pemanfaatan media sosial sebagai sarana informasi dan promosi memiliki peran penting dalam mendorong mahasiswa untuk terjun ke dunia bisnis. Mahasiswa yang memiliki motivasi kuat, efikasi diri yang tinggi, serta mampu memanfaatkan media sosial dengan optimal cenderung memiliki minat yang lebih besar dalam memulai dan mengembangkan usaha. Maka dari itu, bahwa kombinasi ketiga faktor tersebut secara simultan berkontribusi terhadap peningkatan minat berbisnis mahasiswa khususnya generasi Z.

## **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian serta kesimpulan yang telah diperoleh, terdapat beberapa saran yang bisa dikembangkan untuk pihak-pihak terkait. Beberapa saran yang bisa dipertimbangkan adalah sebagai berikut:

1. Bagi penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat positif serta kontribusi signifikan dalam memperkuat dasar keilmuan dan memperdalam pemahaman mengenai pengelolaan sumber daya

manusia yang lebih efektif dan berbasis bukti ilmiah. Implementasi dari pengaruh Motivasi, Efikasi Diri, dan Pemanfaatan Media Sosial terhadap Minat Berbisnis diharapkan dapat menjadi referensi bagi pengembangan praktik pengelolaan sumber daya manusia yang lebih baik.

2. Hasil penelitian ini bisa menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya dalam memperluas kajian mengenai Minat Berbisnis, dengan mempertimbangkan variabel lain yang lebih relevan. Selain itu, penelitian selanjutnya juga dapat mengeksplorasi faktor eksternal seperti kebijakan pemerintah, kondisi pasar, serta perkembangan teknologi dan tren bisnis digital, yang berpotensi memberikan dampak terhadap minat berbisnis mahasiswa. Temuan dalam penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi bagi studi lebih lanjut di bidang yang sama. Diharapkan, peneliti berikutnya dapat mengembangkan dan memodifikasi model variabel, mengingat masih terdapat berbagai faktor lain yang dapat memengaruhi variabel-variabel dalam penelitian ini.
3. Bagi mahasiswa Administrasi Bisnis UPN “Veteran” Jawa Timur, disarankan untuk lebih memaksimalkan motivasi dan efikasi diri dalam meningkatkan minat berbisnis, mahasiswa perlu lebih fokus pada penguatan motivasi internal, seperti dorongan untuk sukses, keberanian menghadapi risiko, serta keinginan untuk mandiri secara finansial. Selain itu, efikasi diri dapat ditingkatkan melalui pelatihan, pengalaman langsung dalam berbisnis, serta membangun keyakinan diri dalam menghadapi tantangan bisnis. Mengingat hasil penelitian tidak menemukan korelasi signifikan secara statistik antara penggunaan media sosial dan

minat dalam menjalankan bisnis. Maka dari itu, mahasiswa disarankan guna tidak hanya tergantung pada media sosial, melainkan juga mengembangkan keterampilan kewirausahaan melalui jejaring langsung, pengalaman praktis, serta pemahaman strategi bisnis yang lebih mendalam.

4. Bagi pihak lain, termasuk lembaga atau organisasi, bisa memanfaatkan hasil penelitian ini sebagai hal acuan dalam merancang kebijakan atau program pelatihan guna meningkatkan Minat Berbisnis. Temuan dalam studi ini juga bisa dijadikan sebagai sumber pengetahuan serta referensi bagi berbagai kalangan, seperti mahasiswa, akademisi, serta praktisi manajemen sumber daya manusia. Khususnya, studi ini bisa menyalurkan wawasan perihal pentingnya Motivasi, Efikasi Diri, serta Pemanfaatan Media Sosial dalam mendukung Minat Berbisnis Mahasiswa.