

**PENGARUH PAPARAN KONTEN BISNIS DI MEDIA
SOSIAL INSTAGRAM DAN GAYA HIDUP
TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA
S1 UNIVERSITAS BTH**

SKRIPSI



FAJAR PATUROHAMAN

12016122010

**PROGRAM STUDI S1 BISNIS DIGITAL
FAKULTAS TEKNOLOGI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BAKTI TUNAS HUSADA
TASIKMALAYA**

JULI 2026

**PENGARUH PAPARAN KONTEN BISNIS DI MEDIA
SOSIAL INSTAGRAM DAN GAYA HIDUP
TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA
S1 UNIVERSITAS BTH**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Bisnis Digital**



FAJAR PATUROHMAN

12016122010

**PROGRAM STUDI S1 BISNIS DIGITAL
FAKULTAS TEKNOLOGI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BAKTI TUNAS HUSADA
TASIKMALAYA
JULI 2026**

ABSTRAK

PENGARUH PAPARAN KONTEN BISNIS DI INSTAGRAM DAN GAYA HIDUP TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA S1 UNIVERSITAS BTH TASIKMALAYA

Fajar Paturohman

Program Studi S1 Bisnis Digital Universitas Bakti Tunas Husada

Penelitian ini mengkaji bagaimana paparan konten bisnis di platform Instagram serta pola gaya hidup berkontribusi terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa program S1 Universitas BTH Tasikmalaya. Melalui pendekatan kuantitatif berdesain survei deskriptif-verifikatif, kajian ini mengambil sampel sebanyak 106 responden dari total populasi 1.541 mahasiswa aktif tahun akademik 2024/2025 dengan teknik *simple random sampling*. Proses pengumpulan data dilakukan secara kombinasi (daring dan luring) mengandalkan kuesioner berskala Likert 1–5. Rangkaian analisis mencakup pengujian validitas, reliabilitas, asumsi klasik, hingga regresi linear berganda, serta pembuktian hipotesis memakai uji t, uji F, dan koefisien determinasi. Temuan empiris mengonfirmasi bahwa paparan informasi bisnis digital di Instagram dan gaya hidup—baik diuji secara mandiri (parsial) maupun bersama-sama (simultan)—memberikan pengaruh yang positif lagi signifikan dalam meningkatkan dorongan mahasiswa untuk berwirausaha.

Kata Kunci: *Paparan Konten Bisnis, Instagram, Gaya Hidup, Minat Berwirausaha, Mahasiswa.*

This study examines how exposure to business content on Instagram and lifestyle patterns contribute to entrepreneurial interest among undergraduate students at Universitas BTH Tasikmalaya. Employing a quantitative approach with a descriptive-verificative survey design, the study sampled 106 respondents from a total population of 1,541 active students in the 2024/2025 academic year using simple random sampling. Data collection was conducted through a combination of online and offline methods using a 1–5 Likert scale questionnaire. The analysis encompassed validity and reliability testing, classical assumption testing, and multiple linear regression, alongside hypothesis testing via t-tests, F-tests, and the coefficient of determination. Empirical findings confirm that exposure to digital business information on Instagram and lifestyle—whether tested individually (partially) or collectively (simultaneously)—exert a positive and significant influence on enhancing students' entrepreneurial drive.

Keywords: *Exposure to business content, Instagram, lifestyle, entrepreneurial interest, universit*