

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan media sosial dan efektivitasnya terhadap kepuasan mahasiswa dalam menjalankan bisnis digital di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Maritim Universitas Maritim Raja Ali Haji (FEBM UMRAH). Transformasi digital dan perkembangan media sosial membuka peluang kewirausahaan bagi mahasiswa. Namun, keberhasilan bisnis digital tidak hanya ditentukan oleh penggunaan media sosial, tetapi juga oleh efektivitas penggunaannya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei kepada 88 mahasiswa aktif FEBM UMRAH yang menjalankan bisnis digital. Data dianalisis menggunakan regresi linier berganda melalui SPSS versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik penggunaan media sosial maupun efektivitas penggunaannya berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan dalam berbisnis digital, baik secara parsial maupun simultan. Temuan ini memberikan implikasi bagi institusi pendidikan untuk meningkatkan pelatihan digital marketing, serta menjadi acuan bagi mahasiswa dalam memanfaatkan media sosial secara strategis untuk pengembangan usaha digital mereka.

Kata Kunci: Media Sosial, Efektivitas, Kepuasan, Bisnis Digital, Mahasiswa

ABSTRAK

This study aims to analyze the influence of social media usage and its effectiveness on student satisfaction in running digital businesses at the Faculty of Economics and Maritime Business, Raja Ali Haji Maritime University (FEBM UMRAH). Digital transformation and the development of social media have opened up entrepreneurial opportunities for students. However, the success of digital businesses is not solely determined by social media usage, but also by how effectively it is utilized. This research employs a quantitative approach using a survey method, involving 88 active FEBM UMRAH students who run digital businesses. Data were analyzed using multiple linear regression with the help of SPSS version 26. The results show that both social media usage and its effectiveness have a positive and significant influence on satisfaction in running digital businesses, both partially and simultaneously. These findings have practical implications for educational institutions to enhance digital marketing training and serve as a reference for students in strategically utilizing social media to develop their digital ventures.

Keywords: Social Media, Effectiveness, Satisfaction, Digital Business, Students