

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh *E-commerce*, media sosial, kreativitas digital, dan literasi teknologi terhadap keputusan memulai usaha pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember, baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain survei dan pendekatan *cross-sectional*. Populasi penelitian adalah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember yang memiliki atau sedang merintis usaha dengan memanfaatkan *E-commerce*, media sosial, kreativitas digital, dan teknologi digital, dengan jumlah populasi yang tidak diketahui secara pasti (*unknown population*). Penentuan jumlah sampel mengacu pada pedoman Hair et al. (2014) yaitu jumlah indikator dikalikan 5 hingga 10, sehingga diperoleh sampel sebanyak 125 responden yang ditentukan melalui teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner terstruktur berbasis skala likert 1 hingga 5. Teknik analisis data meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji parsial (uji t), uji simultan (uji F), dan uji koefisien determinasi (R^2) dengan bantuan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *E-commerce*, media sosial, kreativitas digital, dan literasi teknologi masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memulai usaha, serta secara simultan keempat variabel tersebut juga berpengaruh positif dan signifikan. *E-commerce* merupakan variabel dengan pengaruh paling dominan, sedangkan literasi teknologi merupakan variabel dengan pengaruh yang relatif paling lemah. Penelitian ini menegaskan bahwa penguatan pemanfaatan platform digital, kreativitas, dan kecakapan teknologi merupakan faktor strategis dalam mendorong lahirnya wirausahawan muda berbasis kampus yang lebih siap dan percaya diri.

Kata kunci: *E-commerce*; media sosial; kreativitas digital; literasi teknologi; keputusan memulai usaha.

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of E-commerce, social media, digital creativity, and technology literacy on the decision to start a business among students of Universitas Muhammadiyah Jember, both partially and simultaneously. This study uses a quantitative approach with a survey design and a cross-sectional approach. The study population consists of students of Universitas Muhammadiyah Jember who own or are pioneering a business by utilizing E-commerce, social media, digital creativity, and digital technology, with an unknown population size. The sample size was determined based on the guideline of Hair et al. (2014), namely the number of indicators multiplied by 5 to 10, resulting in a sample of 125 respondents determined through purposive sampling. Data were collected through structured questionnaires based on a 1 to 5 Likert scale. Data analysis techniques include validity tests, reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, partial tests (t-tests), simultaneous tests (F-tests), and coefficient of determination tests (R^2) using SPSS. The results show that E-commerce, social media, digital creativity, and technology literacy each have a positive and significant influence on the decision to start a business, and simultaneously these four variables also have a positive and significant influence. E-commerce is the most dominant variable, while technology literacy has the relatively weakest influence. This study confirms that strengthening the use of digital platforms, creativity, and technological skills are strategic factors in encouraging the emergence of campus-based young entrepreneurs who are more prepared and confident.

Keywords: *E-commerce; social media; digital creativity; technology literacy; decision to start a business.*