

## INTISARI

**Pengaruh *Digital Marketing* dan *Entrepreneurial Marketing* Terhadap  
Motivasi Berbisnis Online Pada Siswa SMA (Studi kasus siswa kelas XII  
SMAN 15 Bandarlampung)**

**Oleh:**

**Khairul Nisa (2012140033)**

**Email: nisa.2012140033@mail.darmajaya.ac.id**

Penelitian ini menjelaskan terkait motivasi berbisnis online siswa kelas XII melalui kegiatan mentoring dengan pemberian materi terkait digital marketing dan kewirausahaan digital. Peneliti melakukan hipotesis mengenai motivasi berbisnis online pada siswa kelas XII setelah melakukan pembelajaran. Hal ini menyebabkan adanya pengaruh dari paparan pengetahuan selama kegiatan mentoring mengenai digital marketing dan entrepreneurial marketing. Motivasi berbisnis online ini dijadikan hipotesa oleh peneliti berdasarkan dari fenomena gap bahwa banyak lulusan siswa SMA banyak yang menunggu kerja dan tidak membuka lapangan usaha sendiri. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif kausalitas, dengan populasi seluruh siswa SMAN 15 Bandarlampung dan pengukuran sampel yang diteliti sebanyak 120 responden. Metode analisis yang digunakan adalah Analisis regresi linier Berganda dan alat analisis yang digunakan adalah SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Digital Marketing secara parsial tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi berbisnis online pada siswa SMA. Entrepreneurial marketing secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi berbisnis online. Berdasarkan penelitian ini, dapat disimpulkan hasilnya bahwa siswa termotivasi untuk berbisnis online dengan menerapkan bisnis dengan menggunakan konsep entrepreneurial marketing.

**Kata Kunci :** *Digital Marketing, Entrepreneurial Marketing, Motivasi Bisnis, Bisnis Online, Kewirausahaan.*