

# **Pengaruh Literasi Digital, Penggunaan Media Pembelajaran, dan Efikasi Diri terhadap Motivasi Belajar Pemasaran Digital Siswa Kelas XI Pemasaran SMK Negeri Kota Surakarta**

**Wulan Utami<sup>1</sup>, Harini<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup> Program Studi Pendidikan Ekonomi, Universitas Sebelas Maret  
e-mail: [wulanuta09@gmail.com](mailto:wulanuta09@gmail.com), [harini@staff.uns.ac.id](mailto:harini@staff.uns.ac.id)

## **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi digital, penggunaan media pembelajaran, dan efikasi diri terhadap motivasi belajar pemasaran digital siswa kelas XI Pemasaran SMK Negeri Kota Surakarta. Latar belakang penelitian didasarkan pada lulusan SMK yang menjadi kelompok dengan Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) tertinggi dari tahun 2021-2025. Hal tersebut menunjukkan adanya ketidaksesuaian kompetensi yang dimiliki lulusan vokasi yang seharusnya lulusan tersebut menguasai kombinasi keahlian teknis dan kemampuan interpersonal agar lebih siap menghadapi dunia kerja. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif deskriptif. Populasi penelitian ini adalah siswa kelas XI Program Keahlian Pemasaran SMK Negeri Kota Surakarta. Teknik pengambilan sampel menggunakan *proportionate random sampling* dan terpilih sampel sebanyak 165 responden. Pengumpulan data berupa instrumen kuesioner untuk mengukur variabel literasi digital, penggunaan media pembelajaran, efikasi diri, dan motivasi belajar pemasaran digital dengan skala likert yang disebarakan melalui *google form*. Teknik analisis data berupa analisis statistik deskriptif dan hipotesis berupa uji t menggunakan *software* SPSS 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi digital, penggunaan media pembelajaran, dan efikasi diri memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi belajar pemasaran digital. Dengan demikian, peningkatan motivasi belajar pemasaran digital dapat dipengaruhi oleh tingkat literasi digital yang tinggi, penggunaan media pembelajaran yang efektif dan interaktif, serta tingkat efikasi diri yang tinggi.

**Kata Kunci:** Literasi Digital, Penggunaan Media Pembelajaran, Efikasi Diri, Motivasi Belajar Pemasaran Digital

## **Abstract**

*This study aimed to determine the influence of digital literacy, the use of learning media, and self-efficacy on the motivation to learn digital marketing among eleventh-grade Marketing students of State Vocational High Schools in Surakarta City. The study was*

*motivated by the fact that vocational high school graduates had the highest Open Unemployment Rate (TPT) during the 2021–2025 period. This indicated a mismatch between the competencies possessed by vocational graduates and the competencies required in the workplace, where graduates were expected to master both technical and interpersonal skills to be better prepared for the world of work. This study used a descriptive quantitative research approach. The population consisted of eleventh-grade students in the Marketing Expertise Program of State Vocational High Schools in Surakarta City. The sampling technique used proportionate random sampling, and a sample of 165 respondents was selected. Data were collected using a questionnaire to measure digital literacy, the use of learning media, self-efficacy, and motivation to learn digital marketing through a Likert scale distributed via google forms. The data analysis used descriptive statistical analysis and hypothesis testing through the t-test using SPSS version 26. The results show that digital literacy, the use of learning media, and self-efficacy have a positive and significant influence on motivation to learn digital marketing. Therefore, motivation to learn digital marketing can be enhanced through higher levels of digital literacy, the use of effective and interactive learning media, and stronger self-efficacy.*

**Keywords :** *Digital Literacy, Use of Learning Media, Self-Efficacy, Motivation to Learn Digital Marketing*

## **LATAR BELAKANG**

Pembelajaran pemasaran digital memiliki peran yang penting dalam membentuk kompetensi siswa dan sebagai salah satu solusi untuk mengurangi tingkat pengangguran terbuka bagi lulusan SMK. Mata pelajaran pemasaran digital berperan penting dalam membentuk kompetensi wirausaha digital. Mata pelajaran ini tidak hanya meningkatkan pengetahuan teknis, tetapi juga membangun sikap dan keterampilan yang dibutuhkan untuk sukses dalam wirausaha digital (Anggraini & Patrikha, 2026, hlm. 163). Kegiatan praktik langsung, seperti pembuatan konten visual, manajemen media sosial, dan pemanfaatan marketplace dapat meningkatkan kompetensi siswa di bidang pemasaran digital (Baharuddin et al., 2025, hlm. 471). Motivasi belajar dalam pembelajaran pemasaran digital menjadi faktor internal yang mendorong siswa untuk terlibat secara aktif dalam menganalisis kebutuhan pasar dan menyusun strategi pemasaran dengan baik.

Motivasi belajar adalah dorongan internal atau eksternal yang mempengaruhi seseorang untuk terlibat aktif dalam proses pembelajaran (Andriyani et al., 2024, hlm. 819). Motivasi belajar yang baik terlihat pada keterlibatan aktif siswa dalam proses pembelajaran, sehingga pembelajaran tidak hanya berpusat pada guru. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Fakhri et al. (2023, hlm. 78) menyatakan bahwa terdapat korelasi positif antara motivasi belajar siswa dengan tingkat keterlibatan siswa di SMAN X Gowa. Berdasarkan hasil penelitian di bidang pendidikan menunjukkan bahwa motivasi belajar siswa di sekolah masih tergolong rendah. Faristin et al. (2023, hlm. 130)

menyatakan bahwa siswa di zaman sekarang kurang bersemangat untuk belajar. Pambudi (2022, hlm. 16) menyatakan bahwa rendahnya motivasi belajar siswa terlihat dari kurangnya antusias siswa dalam mengikuti pembelajaran di kelas. Nurmansyah et al. (2025, hlm. 2333) menyatakan bahwa masih banyak siswa yang tidak memiliki dorongan dari dalam diri untuk belajar, kurang antusias mengikuti kegiatan pembelajaran, dan sering tidak menyelesaikan tugas.

Literasi digital merupakan kemampuan seseorang dalam mengakses, memahami, mengevaluasi, dan menggunakan teknologi dan informasi digital secara efektif, kritis, produktif, dan bertanggung jawab dalam kehidupan sehari-hari. Literasi digital menjadi keterampilan penting karena dapat membantu seseorang menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi, menghindari informasi yang salah, dan menggunakan teknologi secara bijak dan tepat (Kinanti et al., 2026, hlm. 379). Literasi digital memiliki peran yang sangat penting dalam pembelajaran pemasaran digital, karena materi pemasaran digital berkaitan dengan perkembangan teknologi dan perangkat digital.

Penerapan teknologi dalam pendidikan dapat dilihat melalui penggunaan media pembelajaran. Media pembelajaran adalah sarana, alat, atau perantara yang digunakan untuk membantu proses penyampaian pesan pembelajaran dari guru kepada siswa. Berdasarkan penelitian Susanti et al. (2024, hlm. 931) menyatakan bahwa sebagian besar siswa memiliki motivasi belajar yang rendah, karena pembelajaran yang kurang memperhatikan karakteristik siswa dan penggunaan media pembelajaran monoton atau tidak variatif. Siagian et al. (2025, hlm. 171) menyatakan bahwa interaktivitas yang tinggi dalam media digital memungkinkan siswa untuk bereksperimen dengan konsep-konsep abstrak melalui representasi visual yang konkret, sehingga meningkatkan pemahaman dan motivasi belajar. Media pembelajaran yang memberikan kesempatan kepada siswa untuk berpartisipasi aktif, seperti tanya jawab dan diskusi juga dapat meningkatkan motivasi belajar. Kondisi tersebut dapat meningkatkan rasa percaya diri, tanggung jawab, dan dorongan internal untuk belajar. Efikasi diri siswa yang baik dapat menumbuhkan rasa percaya diri.

Rani & Samanta (2023, hlm. 420) menyatakan bahwa efikasi diri merupakan kepercayaan diri seseorang terhadap kemampuannya dalam mengelola dan melakukan tindakan yang diperlukan untuk mencapai hasil yang diinginkan. Gitara & Fahmawati (2024, hlm. 1247) menyatakan bahwa efikasi diri memiliki hubungan dengan motivasi belajar karena menjadi dasar bagi siswa dalam melakukan kegiatan pembelajaran. Rendahnya motivasi belajar siswa dapat dipengaruhi oleh kurangnya kepercayaan diri dari siswa tersebut. Hal tersebut sejalan dengan penelitian Firmansyah & Rosy (2025, hlm. 359) yang menyatakan bahwa motivasi belajar siswa tergolong rendah selama proses pembelajaran, di mana siswa kurang menunjukkan keseriusan selama proses pembelajaran, seperti ketika diberikan tugas terlihat siswa masih menyalin jawaban dari teman lainnya. Siswa juga terlihat kurang aktif untuk mengemukakan pendapat atau mengajukan pertanyaan kepada guru.

Penelitian-penelitian sebelumnya hanya berfokus meneliti salah satu variabel, seperti literasi digital, media pembelajaran, atau efikasi diri. Rajah & Efendi (2023, hlm.

685) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara literasi digital menggunakan model *Problem Based Learning* (PBL) terhadap motivasi semangat belajar di SMA Kristen 1 Salatiga secara positif dan signifikan, namun kedua penelitian tersebut belum menguji pengaruh literasi digital terhadap motivasi belajar pemasaran digital. Penelitian mengenai penggunaan media pembelajaran yang dilakukan oleh Zuliyani & Marlina (2023, hlm. 1810) menyatakan bahwa media pembelajaran memiliki pengaruh terhadap motivasi belajar siswa di SMK Negeri 71 Jakarta, namun penelitian tersebut belum menguji pengaruh penggunaan media pembelajaran terhadap motivasi belajar pemasaran digital. Penelitian mengenai efikasi diri yang dilakukan oleh Maghfirah et al. (2023, hlm. 71) menyatakan bahwa efikasi diri mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi belajar siswa SMK Negeri 31 Jakarta, namun kedua penelitian tersebut belum menguji pengaruh efikasi diri terhadap motivasi belajar pemasaran digital.

Berdasarkan permasalahan yang telah dipaparkan dalam latar belakang masalah di atas dan berbeda dengan penelitian terdahulu, subjek dalam penelitian ini yaitu siswa kelas XI Pemasaran di SMK Negeri Kota Surakarta. Berdasarkan observasi yang telah dilakukan menunjukkan bahwa pembelajaran pemasaran digital program keahlian pemasaran di SMK Negeri Kota Surakarta sudah memanfaatkan teknologi digital, namun belum didukung oleh kemampuan literasi digital yang baik dari siswa, penggunaan media pembelajaran yang kurang interaktif, dan efikasi diri siswa yang masih rendah. Hal tersebut menjadi kebaruan dari penelitian ini, sehingga penelitian ini berjudul “Pengaruh Literasi Digital, Penggunaan Media Pembelajaran, dan Efikasi Diri terhadap Motivasi Belajar Pemasaran Digital Siswa Kelas XI Pemasaran SMK Negeri Kota Surakarta.”

## METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif dengan menggunakan survei. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah siswa kelas XI Program Keahlian Pemasaran di SMK Negeri Kota Surakarta tahun ajaran 2025/2026. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *proportionate random sampling* terpilih sampel sebanyak 165 responden. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner melalui *google form* kepada responden, yaitu siswa kelas XI Pemasaran di SMK Negeri Kota Surakarta tahun ajaran 2025/2026. Uji validitas instrumen pada penelitian ini menggunakan software pengolahan data SPSS 26 dengan menggunakan perhitungan rumus korelasi *Pearson Product Moment*. Uji reliabilitas dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan rumus *Cronbach Alpha*. Teknik analisis data dalam penelitian ini diolah dengan menggunakan *software* SPSS 26.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

#### 1. Uji Validitas dan Reliabilitas

| No | Pernyataan | R Hitung | R Tabel | Keterangan |
|----|------------|----------|---------|------------|
| 1. | Item 1     | 0,484    | 0,349   | Valid      |

|     |         |       |       |             |
|-----|---------|-------|-------|-------------|
| 2.  | Item 2  | 0,545 | 0,349 | Valid       |
| 3.  | Item 3  | 0,664 | 0,349 | Valid       |
| 4.  | Item 4  | 0,755 | 0,349 | Valid       |
| 5.  | Item 5  | 0,699 | 0,349 | Valid       |
| 6.  | Item 6  | 0,517 | 0,349 | Valid       |
| 7.  | Item 7  | 0,471 | 0,349 | Valid       |
| 8.  | Item 8  | 0,264 | 0,349 | Tidak Valid |
| 9.  | Item 9  | 0,679 | 0,349 | Valid       |
| 10. | Item 10 | 0,418 | 0,349 | Valid       |

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Literasi Digital (X1)

Berdasarkan tabel 1 mengenai hasil uji validitas pada variabel literasi digital dapat disimpulkan bahwa dari 10 pernyataan terkait literasi digital, menyatakan ke-9 pernyataan valid karena  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Sementara 1 pernyataan gugur karena tidak valid dibuktikan besarnya  $r_{hitung} < r_{tabel}$ .

| No  | Pernyataan | R Hitung | R Tabel | Keterangan |
|-----|------------|----------|---------|------------|
| 1.  | Item 1     | 0,600    | 0,349   | Valid      |
| 2.  | Item 2     | 0,565    | 0,349   | Valid      |
| 3.  | Item 3     | 0,718    | 0,349   | Valid      |
| 4.  | Item 4     | 0,744    | 0,349   | Valid      |
| 5.  | Item 5     | 0,682    | 0,349   | Valid      |
| 6.  | Item 6     | 0,426    | 0,349   | Valid      |
| 7.  | Item 7     | 0,684    | 0,349   | Valid      |
| 8.  | Item 8     | 0,522    | 0,349   | Valid      |
| 9.  | Item 9     | 0,671    | 0,349   | Valid      |
| 10. | Item 10    | 0,537    | 0,349   | Valid      |
| 11. | Item 11    | 0,651    | 0,349   | Valid      |
| 12. | Item 12    | 0,861    | 0,349   | Valid      |
| 13. | Item 13    | 0,679    | 0,349   | Valid      |
| 14. | Item 14    | 0,795    | 0,349   | Valid      |
| 15. | Item 15    | 0,639    | 0,349   | Valid      |
| 16. | Item 16    | 0,425    | 0,349   | Valid      |
| 17. | Item 17    | 0,774    | 0,349   | Valid      |
| 18. | Item 18    | 0,624    | 0,349   | Valid      |
| 19. | Item 19    | 0,550    | 0,349   | Valid      |
| 20. | Item 20    | 0,535    | 0,349   | Valid      |

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Penggunaan Media Pembelajaran (X2)

Berdasarkan tabel 2 mengenai hasil uji validitas pada variabel penggunaan media pembelajaran dapat disimpulkan bahwa dari 20 pernyataan terkait penggunaan media pembelajaran, menyatakan ke-20 pernyataan valid karena  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel.

| No  | Pernyataan | R Hitung | R Tabel | Keterangan  |
|-----|------------|----------|---------|-------------|
| 1.  | Item 1     | 0,683    | 0,349   | Valid       |
| 2.  | Item 2     | 0,239    | 0,349   | Tidak Valid |
| 3.  | Item 3     | 0,593    | 0,349   | Valid       |
| 4.  | Item 4     | 0,330    | 0,349   | Tidak Valid |
| 5.  | Item 5     | 0,718    | 0,349   | Valid       |
| 6.  | Item 6     | 0,706    | 0,349   | Valid       |
| 7.  | Item 7     | 0,482    | 0,349   | Valid       |
| 8.  | Item 8     | 0,515    | 0,349   | Valid       |
| 9.  | Item 9     | 0,710    | 0,349   | Valid       |
| 10. | Item 10    | 0,668    | 0,349   | Valid       |
| 11. | Item 11    | 0,550    | 0,349   | Valid       |
| 12. | Item 12    | 0,662    | 0,349   | Valid       |
| 13. | Item 13    | 0,548    | 0,349   | Valid       |
| 14. | Item 14    | 0,402    | 0,349   | Valid       |
| 15. | Item 15    | 0,597    | 0,349   | Valid       |

Tabel 3. *Hasl Uji Validitas Efikasi Diri (X3)*

Berdasarkan tabel 3 mengenai hasil uji validitas pada variabel efikasi diri dapat disimpulkan bahwa dari 15 pernyataan terkait efikasi diri, menyatakan ke-13 pernyataan valid karena  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel. Sementara 2 pernyataan gugur karena tidak valid dibuktikan besarnya  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel.

| No  | Pernyataan | R Hitung | R Tabel | Keterangan  |
|-----|------------|----------|---------|-------------|
| 1.  | Item 1     | 0,144    | 0,349   | Tidak Valid |
| 2.  | Item 2     | 0,516    | 0,349   | Valid       |
| 3.  | Item 3     | 0,446    | 0,349   | Valid       |
| 4.  | Item 4     | 0,570    | 0,349   | Valid       |
| 5.  | Item 5     | 0,447    | 0,349   | Valid       |
| 6.  | Item 6     | 0,363    | 0,349   | Valid       |
| 7.  | Item 7     | 0,625    | 0,349   | Valid       |
| 8.  | Item 8     | 0,619    | 0,349   | Valid       |
| 9.  | Item 9     | 0,720    | 0,349   | Valid       |
| 10. | Item 10    | 0,550    | 0,349   | Valid       |

|     |         |       |       |             |
|-----|---------|-------|-------|-------------|
| 11. | Item 11 | 0,686 | 0,349 | Valid       |
| 12. | Item 12 | 0,503 | 0,349 | Valid       |
| 13. | Item 13 | 0,536 | 0,349 | Valid       |
| 14. | Item 14 | 0,346 | 0,349 | Tidak Valid |
| 15. | Item 15 | 0,360 | 0,349 | Valid       |
| 16. | Item 16 | 0,647 | 0,349 | Valid       |

Tabel 4. *Hasil Uji Validitas Motivasi Belajar Pemasaran Digital (Y)*

Berdasarkan tabel 4 mengenai hasil uji validitas pada variabel motivasi belajar pemasaran digital dapat disimpulkan bahwa dari 16 pernyataan terkait motivasi belajar pemasaran digital, menyatakan ke-14 pernyataan valid karena  $r$  hitung >  $r$  tabel. Sementara 2 pernyataan gugur karena tidak valid dibuktikan besarnya  $r$  hitung <  $r$  tabel.

## 2. Uji Reliabilitas

| Variabel                           | Jumlah Pernyataan | Batas Reliabilitas | Nilai Cronbach Alpha | Keterangan |
|------------------------------------|-------------------|--------------------|----------------------|------------|
| Literasi Digital                   | 10                | 0,6                | 0,711                | Reliabel   |
| Penggunaan Media Pembelajaran      | 20                | 0,6                | 0,921                | Reliabel   |
| Efikasi Diri                       | 15                | 0,6                | 0,845                | Reliabel   |
| Motivasi Belajar Pemasaran Digital | 16                | 0,6                | 0,806                | Reliabel   |

Tabel 5. *Hasil Uji Reliabilitas*

Hasil uji reliabilitas pada tabel 5 menunjukkan bahwa skor *Cronbach Alpha* dari variabel literasi digital (0,711), penggunaan media pembelajaran (0,921), efikasi diri (0,845), dan motivasi belajar pemasaran digital (0,806) yang berarti nilai di setiap masing-masing variabel lebih besar dari 0,6. Artinya, semua item

instrumen variabel literasi digital, penggunaan media pembelajaran, efikasi diri, dan motivasi belajar pemasaran digital telah reliabel.

## 3. Uji Hipotesis

| Variabel                           | t      | Sig.  |
|------------------------------------|--------|-------|
| Literasi Digital (X1)              | 3,652  | 0,000 |
| Penggunaan Media Pembelajaran (X2) | 2,325  | 0,021 |
| Efikasi Diri (X3)                  | 10,361 | 0,000 |

Tabel 6. Hasil Uji t

Kriteria penilaian dalam uji t apabila hipotesis diterima adalah dengan membandingkan nilai t hitung > t tabel dan melihat nilai signifikan < 0,05. Berdasarkan tabel 6 terkait hasil uji t dalam penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

- 1) Literasi digital memiliki t hitung (3,652) > t tabel (1,654) dengan nilai Sig. (0,000) < 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan H1 diterima yang berarti literasi digital memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi belajar pemasaran digital.
- 2) Penggunaan media pembelajaran memiliki t hitung (2,325) > t tabel (1,654) dengan nilai Sig. (0,021) < 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan H2 diterima yang berarti penggunaan media pembelajaran memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi belajar pemasaran digital.
- 3) Efikasi diri memiliki t hitung (10,361) > t tabel (1,654) dengan nilai Sig. (0,000) < 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan H3 diterima yang berarti efikasi diri memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi belajar pemasaran digital.

## Pembahasan

### 1. Pengaruh Literasi Digital terhadap Motivasi Belajar Pemasaran Digital Siswa Kelas XI Pemasaran SMK Negeri Kota Surakarta

Berdasarkan hasil uji hipotesis satu pada penelitian ini yaitu H1 diterima sejalan dengan hasil penelitian terdahulu oleh (Rajah & Efendi, 2023, hlm. 685) yang mengatakan bahwa literasi digital berpengaruh terhadap motivasi belajar siswa. Azizah et al. (2024, hlm. 163) mengatakan bahwa dengan kemudahan dalam mengakses dan memperoleh informasi melalui literasi digital, maka motivasi belajar akan semakin meningkat. Terutama di era digital saat ini, semua informasi dapat diakses di mana saja, sehingga tidak akan mengurangi motivasi belajar. Pemahaman akan literasi digital yang tinggi akan memberikan pengaruh positif terhadap motivasi belajar (Azizah et al., 2024, hlm. 165).

### 2. Pengaruh Penggunaan Media Pembelajaran terhadap Motivasi Belajar Pemasaran Digital Siswa Kelas XI Pemasaran SMK Negeri Kota Surakarta

Berdasarkan hasil uji hipotesis dua pada penelitian ini yaitu H2 diterima sejalan dengan hasil penelitian terdahulu oleh Zuliyani & Marlina (2023, hlm. 1810) yang mengatakan bahwa media pembelajaran memiliki pengaruh terhadap motivasi belajar siswa. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Nisa & Susanto (2022, hlm. 145) mengatakan bahwa penggunaan media pembelajaran berbasis *game* edukasi (*wordwall*) memiliki pengaruh terhadap motivasi belajar siswa. Khoirunnisa & Dianti (2025, hlm. 1140) mengatakan bahwa beragam fitur interaktif dan variasi bentuk permainan yang ditawarkan oleh media *wordwall* mampu meningkatkan keterlibatan siswa dalam proses pembelajaran, sehingga menciptakan suasana belajar yang lebih menyenangkan dan siswa menjadi lebih aktif berpartisipasi selama kegiatan belajar berlangsung.

### 3. Pengaruh Efikasi Diri terhadap Motivasi Belajar Pemasaran Digital Siswa Kelas XI Pemasaran SMK Negeri Kota Surakarta

Berdasarkan hasil uji hipotesis tiga pada penelitian ini yaitu H3 diterima sejalan dengan hasil penelitian terdahulu oleh Maghfirah et al. (2023, hlm. 71) yang mengatakan bahwa efikasi diri memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi belajar. Artinya semakin meningkat efikasi diri siswa, maka akan semakin tinggi juga tingkat motivasi belajar siswa. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Cahyaningrum & Panduwinata (2024, hlm. 1309) mengatakan bahwa efikasi diri pada metode CBT berpengaruh positif terhadap motivasi belajar, dengan siswa yang percaya diri dalam mengatasi hambatan teknis CBT cenderung memiliki motivasi belajar yang lebih tinggi.

## **SIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan dapat ditarik kesimpulan bahwa literasi digital, penggunaan media pembelajaran, dan efikasi diri berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi belajar pemasaran digital siswa kelas XI Pemasaran SMK Negeri Kota Surakarta. Dengan demikian, peningkatan motivasi belajar pemasaran digital dapat dipengaruhi oleh tingkat literasi digital yang tinggi, penggunaan media pembelajaran yang efektif dan interaktif, serta tingkat efikasi diri yang tinggi. Berdasarkan hasil penelitian, terdapat beberapa saran untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian mengenai motivasi belajar pemasaran digital dengan menggunakan variabel bebas dan menambahkan variabel mediasi atau moderasi yang belum dikaji dalam penelitian ini.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Penulis mengucapkan terima kasih kepada dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, bimbingan, serta masukan konstruktif selama proses penyusunan penelitian ini. Selain itu, terima kasih kepada institusi Universitas Sebelas Maret atas dukungan akademik dan fasilitas yang diberikan selama proses penelitian berlangsung.

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, serta kontribusi dalam pelaksanaan penelitian ini. Ucapan terima kasih disampaikan kepada Kepala SMK Negeri 1 Surakarta, Kepala SMK Negeri 3 Surakarta, dan Kepala SMK Negeri 6 Surakarta yang telah memberikan izin, waktu, dan tempat untuk melaksanakan penelitian. Terima kasih kepada seluruh siswa kelas XI Program Keahlian Pemasaran SMK Negeri Kota Surakarta yang bersedia menjadi responden dan memberikan informasi yang dibutuhkan penulis.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Andriyani, Y., Safitri, N., & Yuniar, Y. (2024). Penggunaan media interaktif baamboozle terhadap motivasi belajar siswa Sekolah Dasar. *Pendas : Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 9(4), 816–824.
- Anggraini, D. P., & Patrikha, F. D. (2026). Pengembangan modul ajar pada mata pelajaran digital marketing berbasis role playing untuk siswa kelas XI bidang keahlian pemasaran konsentrasi bisnis digital SMK Negeri 4 Surabaya. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 12(2), 162–173.

- Azizah, S. N., Putry, L. D., Devi, D. A., Pahlevi, T., & Maula, F. I. (2024). Pengaruh self-efficacy dan literasi digital terhadap motivasi belajar mahasiswa. *J-KIP (Jurnal Keguruan Dan Ilmu Pendidikan)*, 5(2), 157–166.
- Baharuddin, A., M, M. L., Syarifuddin, Akbal, F., & Febisatria, A. (2025). Peningkatan kompetensi digital marketing siswa SMK melalui model workshop berbasis praktik pada SMKN 1 Barru. *Jurnal Akademik Pengabdian Masyarakat*, 3(6), 470–477.
- Cahyaningrum, D. G., & Panduwina, L. F. (2024). Pengaruh self-efficacy pada metode CBT (Computer Based Test) terhadap motivasi belajar peserta didik kelas XI MP di SMKN 1 Surabaya. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 9(2), 1304–1310.
- Fakhri, N., Syarifuddin, N., Dewi, E. M. P., & Buchori, S. (2023). Learning motivation and student engagement among senior high school students. *Jurnal Konseling Andi Matappa*, 7(2), 73–81.
- Faristin, V. A., Ismanto, H. S., & Venty. (2023). Faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi belajar siswa SMA factors influencing high school students' learning motivation. *Jurnal Psikoedukasia*, 1(1), 125–153.
- Firmansyah, O. M. Y., & Rosy, B. (2025). Pengaruh efikasi diri, lingkungan teman sebaya, dan fasilitas belajar di sekolah terhadap motivasi belajar siswa di SMK Negeri 4 Surabaya. *Pendas : Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 10(3), 358–371.
- Gitara, V. A., & Fahmawati, Z. N. (2024). Korelasi antara self efficacy dengan motivasi belajar siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK). *G-COUNS: Jurnal Bimbingan Dan Konseling*, 8(2), 1243–1253. <https://doi.org/10.31316/gcouns.v8i2.5050>
- Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Indonesia (JPPI)*, 5(3), 1136–1144.
- Khoirunnisa, I., & Dianti, P. (2025). Penggunaan media wordwall terhadap motivasi belajar pada mata pelajaran pendidikan pancasila di SMAN 1 Indralaya Utara.
- Kinanti, E. I., Imran, Zatalini, A., Asriati, N., & Prancisca, S. (2026). Analisis pelaksanaan pembelajaran sosiologi berbasis literasi digital melalui Problem Based Learning (PBL) di kelas X IPS MAS Sirajul Ulum Pontianak. *Jurnal Education and Development*, 14(1), 378–384.  
<http://ejournal.unikama.ac.id/index.php/JPPI>
- Maghfirah, I., Wolor, C. W., & Sariwulan, R. T. (2023). Pengaruh efikasi diri, perhatian orang tua dan dukungan sosial teman sebaya terhadap motivasi belajar pada siswa. *Berajah Journal: Jurnal Pembelajaran Dan Pengembangan Diri*, 3(1), 59–74.
- Nisa, M. A., & Susanto, R. (2022). Pengaruh penggunaan game edukasi berbasis wordwall dalam pembelajaran matematika terhadap motivasi belajar. *JPGI (Jurnal Penelitian Guru Indonesia)*, 7(1), 140–147.
- Nurmansyah, A., 'Ain, G. N., Harby, Octavia, N., Refaldy, R., Khusna, R., & Irma, A. (2025). Rendahnya motivasi dan disiplin belajar peserta didik di SMA Pekanbaru serta minimnya pengelolaan sosioemosional. *JPIM: Jurnal Penelitian Ilmiah Multidisipliner*, 2(4), 2330–2335.
- Pambudi, M. R. (2022). Penerapan model pembelajaran Group Investigation (GI) untuk meningkatkan motivasi belajar siswa kelas XI IPS 3 SMA Negeri 1 Kademangan.

- Aksiologi : Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 15–23.
- Rajah, R. A., & Efendi, R. (2023). Pengaruh literasi digital menggunakan model pembelajaran problem based learning terhadap motivasi semangat belajar siswa pada embelajaran informatika. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(19), 674–688.
- Rani, S., & Samanta. (2023). Self-efficacy as a multifaceted belief. *International Journal of Advanced Biochemistry Research*, 7(2), 420–423.
- Siagian, H. H., Sigiuro, R. A., Padang, P. R., Sihombing, A. A., & Yuni, R. (2025). Pengaruh media pembelajaran digital terhadap motivasi belajar siswa: analisis jurnal. *Jurnal Ilmiah Nusantara (JINU)*, 2(4), 167–174.
- Susanti, S. A., Setiawan, D., Jannah, I., Sulistyawati, H., & Hindriati. (2024). Pemanfaatan bamboozle untuk meningkatkan motivasi belajar bahasa Inggris di kelas XI SMKN 2 Surakarta. *Jurnal Sains Student Research*, 2(3), 930–942.
- Zuliyani, L. D., & Marlina, Y. (2023). Pengaruh penggunaan media pembelajaran terhadap motivasi belajar peserta didik di SMK Negeri 71 Jakarta. *Jurnal Ilmiah Mandala Education (JIME)*, 9(3), 1799–1812.