

# **Pengaruh Efikasi Diri, Motivasi dan Pemanfaatan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha pada Generasi Z di Wilayah Kota Surabaya Timur**

**Eva Agustin Pratama**

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, [evaagustinpratama@gmail.com](mailto:evaagustinpratama@gmail.com)

**Ute Ch. Nasution**

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, [ute@untag-sby.ac.id](mailto:ute@untag-sby.ac.id)

Sri Andayani

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, [sri@untag-sby.ac.id](mailto:sri@untag-sby.ac.id)

## ***Abstract***

*This study aims to determine whether the variables of Self-Efficacy, Motivation and Social Media Utilization affect Entrepreneurial Interest in Generation Z in the East Surabaya City Region, the number of samples used was 100 people who were all Generation Z in East Surabaya using non-probability sampling techniques. The data collection process uses a questionnaire filled out by employees using a Likert scale as a measurement tool. This research includes quantitative research, the analysis method used is multiple linear regression analysis, classical assumption test, validity test, and reliability test. Hypothesis collection techniques using t test, F test, and coefficient of determination. The results of this study indicate that simultaneously all independent variables have a positive and significant effect on entrepreneurial interest in Generation Z in East Surabaya. The results partially variable Self-efficacy, Motivation and Social Media Utilization have a positive and significant effect on Entrepreneurial Interest in Generation Z in East Surabaya. The results of the coefficient of determination ( $R^2$ ) obtained by 48.0% which is the influence of the variables of Self-Efficacy, Motivation and Social Media Utilization, the rest is influenced by other variables outside this study, such as capital, family environment etc.*

***Keywords: Self-efficacy, Motivation, Social Media Utilization, Entrepreneurial Interest***

## **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel Efikasi Diri, Motivasi dan Pemanfaatan Media Sosial berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha pada Generasi Z di Wilayah Kota Surabaya Timur, jumlah sampel yang digunakan adalah 100 orang yang merupakan seluruh Generasi Z di Surabaya Timur dengan menggunakan teknik pengambilan sampel *non-probability sampling*. Proses pengumpulan data

menggunakan kuisioner yang diisi oleh karyawan dengan menggunakan skala likert sebagai alat pengukurannya. Penelitian ini termasuk jenis penelitian kuantitatif, metode analisis yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda, uji asumsi klasik, uji validitas, dan uji reabilitas. Teknik pengumpulan hipotesis menggunakan uji t, uji F, dan koefisien determinasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan seluruh variabel independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat berwirausaha pada Generasi Z di Surabaya Timur. Hasil secara parsial variabel Efikasi Diri, Motivasi dan Pemanfaatan Media Sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha pada Generasi Z di Surabaya Timur. Hasil dari koefisien determinasi ( $R^2$ ) diperoleh sebesar 48,0% yang merupakan pengaruh variabel Efikasi Diri, Motivasi dan Pemanfaatan Media Sosial, sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini, seperti modal, lingkungan keluarga dll.

**Kata Kunci : Efikasi Diri, Motivasi, Pemanfaatan Media Sosial, Minat Berwirausaha**

## **Pendahuluan**

Fenomena bonus demografi atau ledakan tenaga kerja merupakan tantangan yang dialami Indonesia dimana Indonesia akan mendapatkan sisi positif, yaitu melimpahnya tenaga kerja pada usia produktif dan sisi negatifnya, yaitu meningkatkan angka pengangguran apabila SDM yang melimpah ini tidak dikelola dengan baik. Menciptakan generasi muda yang unggul menjadi salah satu tugas penting negara, untuk mempersiapkan para generasi muda yang berkualitas dan memiliki daya saing. Generasi Z atau generasi zilenial (kelahiran 1997-2012) sekarang ini menjadi jumlah terbanyak di Indonesia, yaitu sebesar 27,94% (74,93 juta jiwa) pada tahun 2020.

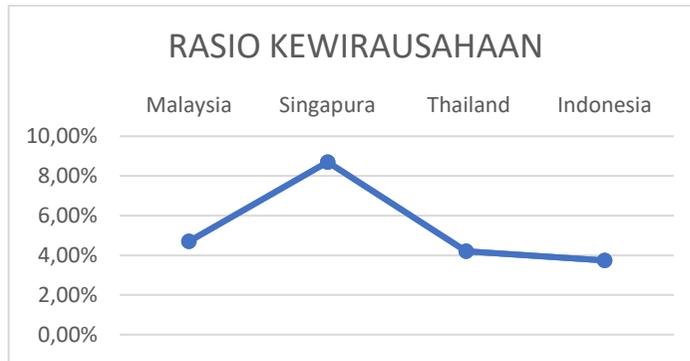
Generasi Z tumbuh bersama dengan canggihnya teknologi, internet dan berbagai macam media sosial. Hal ini membuat para generasi Z dapat mengakses berbagai informasi melalui canggihnya teknologi yang sekarang ada dengan bantuan internet. Gen Z dapat belajar banyak keterampilan baru dengan adanya akses internet, dimana hal ini tidak menutup kemungkinan menimbulkan minat berwirausaha pada generasi Z. Disisi lain seseorang yang tumbuh bersama dengan canggihnya teknologi dan internet dapat membuat seseorang menjadi candu teknologi, anti-sosial dan masih banyak dampak negatif lainnya. Berdasarkan tabel 1.1 diatas bahwa usia produktif dipegang oleh gerasi milenial dan generasi Z, dimana bonus demografi

terletak pada generasi Z yaitu sebesar 27,94% persentase ini paling besar dibandingkan persentase generasi lainnya.

Kecenderungan masyarakat Indonesia mengharapkan pekerjaan dari orang lain atau cenderung bercita-cita atau memiliki *mindset* untuk menjadi Pegawai Negeri Sipil (PNS) sebagai pekerjaan yang ideal karena beberapa faktor, hal ini menjadi salah satu faktor yang melatarbelakangi rendahnya minat berwirausaha terutama pada kalangan generasi muda. Pegawai Negeri Sipil atau PNS salah satu profesi yang selalu mendapatkan perhatian masyarakat. PNS dikalangan masyarakat merupakan profesi yang sangat di idam-idamkan oleh masyarakat karena dinilai memiliki penghasilan yang stabil, mempunyai tunjangan serta setelah pensiun akan mendapatkan tunjangan di hari tua. Meskipun pengusaha memiliki peluang mendapatkan penghasilan yang lebih besar dibandingkan PNS, namun kenyataannya profesi PNS tetap banyak diincar oleh masyarakat Indonesia. Banyak masyarakat memandang bahwa seseorang memiliki kesuksesan apabila menjadi seorang PNS.

Jumlah wirausaha atau entrepreneur di Indonesia masih kalah jauh dibandingkan dengan negara tetangga seperti, Malaysia, Singapura dan Thailand. Sedangkan jika dilihat dari jumlah penduduk usia produktif di Indonesia memiliki SDM yang sangat melimpah. Sebagian negara - negara maju memiliki rasio kewirausahaan sebesar 12%. Pada kawasan negara ASEAN Menteri Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (UKM) mengatakan bahwa rasio kewirausahaan Indonesia berada pada di level 3,74% dari jumlah penduduk Indonesia sekitar 270 juta jiwa. Sedangkan Malaysia 4,7%, Singapura 8,7% dan Thailand memiliki jumlah wirausahawan sebesar 4,2%. Gambar dibawah ini menjelaskan bahwa rasio kewirausahaan di Indonesia masih rendah dibandingkan dengan negara ASEAN lainnya.

Gambar 1.1 Rasio Kewirausahaan



Menurut Alwisol dalam Renaningtyas (2007), Efikasi Diri didefinisikan sebagai pandangan atau persepsi pada diri sendiri tentang bagaimana diri bisa berfungsi sesuai dengan situasi yang dihadapi. Jika seseorang merasa yakin bahwa dapat mencapai sesuatu, maka mereka akan menjadi lebih bersemangat dalam mencapai tujuan yang diharapkan. Memahami motivasi seseorang serta 'pendorong' untuk memulai bisnis akan membantu seseorang membuat keputusan yang lebih baik tentang memulai bisnis dan juga dapat membantunya mengetahui apakah ini waktu yang tepat untuk memulai bisnis baru. Menurut Wikanso (2013), Motivasi adalah sesuatu yang dapat mempengaruhi atau mendorong seseorang yang merupakan energi pada diri seseorang untuk mencapai tujuan yang diharapkan.

Era globalisasi membuat manusia dengan mudah mencari informasi apapun sehingga dalam Pemanfaatan Media Sosial sebuah bisnis dapat mengembangkan dan mendirikan sebuah bisnis. Menurut Shirky (2008), media sosial dan perangkat lunak sosial merupakan alat untuk meningkatkan kemampuan pengguna untuk berbagi (*to share*), bekerja sama (*to cooperate*) diantara pengguna dan melakukan tindakan secara kolektif yang semuanya berada di luar institusional maupun organisasi.

## Metode

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan metode analisis yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda, uji asumsi klasik, uji validitas, dan uji reabilitas. Teknik pengumpulan hipotesis menggunakan uji t, uji F, dan koefisien determinasi. Sampel dalam penelitian ini yaitu generasi Z (kelahiran tahun 1997-2012) dan berdomisili di Surabaya Timur. Analisis

data menggunakan e-kuisisioner yang disebarakan melalui g-form dengan menggunakan skala Likert.

Tabel 1.1 Skala Instrumen Jawaban Kuisisioner

Alternatif Jawaban	SKOR
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

## Hasil dan Pembahasan

### 1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah persyaratan statistic yang harus dipenuhi pada analisis regresi linier berganda. Tujuan pengujian asumsi klasik ini adalah untuk memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang didapat memiliki ketepatan dalam estimasi. Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji multikolinieritas, uji normalitas data, dan uji heteroskedastisitas.

#### A. Uji Normalitas

Pengujian ini dilakukan dengan maksud untuk melihat normal tidaknya data yang dianalisis. Data penelitian dilakukan menyebar normal atau memenuhi uji normalitas apabila nilai Exact.Sig (*2-tailed*) variabel residual berada dibawah 0,05, maka data tersebut tidak berdistribusi normal atau data tidak memenuhi uji normalitas. Residual berdistribusi normal jika memiliki nilai signifikansi > 0,05. Berikut hasil uji normalitas dengan menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov*:

Tabel 1.2 Hasil Uji Normalitas Data

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Unstandardized Residual
N	100

Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean		.0000000
	Std. Deviation		2.65686807
Most Extreme Differences	Absolute		.146
	Positive		.079
	Negative		-.146
Test Statistic			.146
Asymp. Sig. (2-tailed)			.000 <sup>c</sup>
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig. 99% Confidence Interval	Lower Bound	.021
		Upper Bound	.029

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 624387341.

Sumber : Output SPSS yang diolah, 2023

Berdasarkan hasil uji normalitas diketahui nilai signifikan  $0,025 > 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal.

## B. Uji Multikolonieritas

Dalam uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah ada korelasi antara variabel dependent atau variabel bebas.

Tabel 1.3 Hasil Uji Multikolonieritas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
	1 (Constant)	1.367	3.677				.372
Efikasi Diri	.337	.132	.272	2.561	.012	.481	2.077
Motivasi	.271	.114	.230	2.366	.020	.575	1.739

Pemanfaatan Media Sosial	.347	.137	.293	2.537	.013	.405	2.469
--------------------------	------	------	------	-------	------	------	-------

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

Berdasarkan tabel diatas hasil uji multikolinieritas, nilai tolerance variabel Efikasi Diri (X1) yaitu 0,481 variabel Motivasi (X2) yaitu 0,575 dan variabel Pemanfaatan Media Sosial (X3) yaitu 0,405 lebih besar dari pada 0,10 sedangkan nilai VIF variabel Efikasi Diri (X1) yaitu 2,077 variabel Motivasi yaitu 1,739 dan variabel Pemanfaatan Media Sosial (X3) yaitu 2,469 lebih kecil dari 10,00. Berdasarkan penjabaran tersebut disimpulkan bahwa tidak terjadi Multikolinieritas.

### C. Uji Heterokedastisitas

Pengujian ini digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya tetap, maka disebut homoskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Model dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas jika probabilitas lebih besar dari taraf signifikan 5% yang memenuhi syarat homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas adalah sebagai berikut:

Tabel 1.4 Hasil Uji Heterokedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.367	3.677		.372	.711
Efikasi Diri	.337	.132	.272	2.561	.012
Motivasi	.271	.114	.230	2.366	.020
Pemanfaatan Media Sosial	.347	.137	.293	2.537	.013

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

Berdasarkan uji heteroskedastisitas, bahwa variabel Efikasi Diri (X1) memiliki nilai signifikansi 0,012 variabel Motivasi (X2) memiliki nilai signifikansi 0,020 dan variabel Pemanfaatan Media Sosial (X3) memiliki nilai signifikansi 0,013 lebih besar dari probabilitas atau standar signifikan 5% (0,05). Maka dapat dinyatakan terjadi homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

**2. Uji Regresi Linear Berganda**

Dengan menggunakan analisis regresi linear berganda dapat diketahui hasil adanya pengaruh atau tidak berpengaruhnya variabel independen terhadap variabel dependen. Berikut adalah hasil analisis regresi pengaruh Efikasi Diri, Motivasi dan Pemanfaatan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha

Tabel 1.5 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients <sup>a</sup>							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	1.367	3.677		.372	.711		
Efikasi Diri	.337	.132	.272	2.561	.012	.481	2.077
Motivasi	.271	.114	.230	2.366	.020	.575	1.739
Pemanfaatan Media Sosial	.347	.137	.293	2.537	.013	.405	2.469

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

Sumber : Data Primer Penulis diolah dari SPSS, 2023

Dari persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta sebesar 1,367. Artinya, jika nilai variabel independen atau bebas dianggap nol, maka kepuasan konsumen akan meningkat sebesar 1,367.
- b. Koefisien regresi variabel Efikasi Diri ( $X_1$ ) sebesar 0,337. Artinya jika variabel Efikasi Diri meningkat sebesar 1% dengan asumsi variabel Motivasi ( $X_2$ ) dan Pemanfaatan Media Sosial ( $X_3$ ) tetap atau konstan, maka Minat Berwirausaha ( $Y$ ) akan meningkat sebesar 0,337 atau 33,7% dan begitu pula sebaliknya jika terjadi penurunan Efikasi Diri ( $X_1$ ) sebesar 1% maka Minat Berwirausaha ( $Y$ ) akan menurun sebesar 0,337 atau 33,7%.
- c. Koefisien regresi variabel Motivasi ( $X_2$ ) sebesar 0,271. Artinya jika variabel Motivasi ( $X_2$ ) meningkat sebesar 1% dengan asumsi variabel Efikasi Diri ( $X_1$ ) dan Pemanfaatan Media sosial ( $X_3$ ) tetap atau konstan, maka Minat Berwirausaha ( $Y$ ) akan meningkat sebesar 0,271 atau 27,1% dan begitu pula sebaliknya jika terjadi penurunan Motivasi ( $X_2$ ) sebesar 1% maka Minat Berwirausaha ( $Y$ ) akan menurun sebesar 0,271 atau 27,1%.
- d. Koefisien regresi variabel Pemanfaatan Media Sosial ( $X_3$ ) sebesar 0,347. Artinya jika variabel Pemanfaatan Media Sosial ( $X_3$ ) mengalami peningkatan sebesar 1% dan variabel Efikasi Diri ( $X_1$ ) dan Motivasi ( $X_2$ ) dianggap tetap atau konstan, maka Minat Berwirausaha ( $Y$ ) juga akan meningkat sebesar 0,347 atau 34,7% dan begitu pula sebaliknya jika terjadi penurunan Pemanfaatan Media Sosial sebesar 1% maka Minat Berwirausaha ( $Y$ ) akan menurun sebesar 0,347 atau 34,7%.

Jadi, persamaan regresi tersebut menunjukkan bahwa setiap terjadi Kapabilitas Efikasi Diri, Motivasi dan Pemanfaatan Media Sosial akan berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha.

### 3. Uji Hipotesis

#### A. Uji t (Uji Parsial)

Uji parsial atau uji t dilakukan bertujuan untuk membuktikan adanya pengaruh antar variabel bebas (Efikasi Diri, Motivasi dan Pemanfaatan Media Sosial) terhadap variabel terikat

(Minat Berwirausaha). Tingkat signifikansi dalam penelitian ini adalah 5%. Berikut adalah hipotesis yang perlu diuji:

Tabel 1.6 Hasil Uji t

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	1.367	3.677		.372	.711		
Efikasi Diri	.337	.132	.272	2.561	.012	.481	2.077
Motivasi	.271	.114	.230	2.366	.020	.575	1.739
Pemanfaatan Media Sosial	.347	.137	.293	2.537	.013	.405	2.469

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

Sumber : Data Primer (diolah dari SPSS), 2023

1. Hipotesis Pertama

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh nilai t hitung sebesar 2,561 dimana t hitung > t tabel (2,561>1,661) dengan nilai signifikansi (0,012<0,05). Hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis Ha diterima, yaitu Efikasi Diri berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha di Wilayah Kota Surabaya Timur. Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial Efikasi Diri berpengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha pada Generasi Z di Wilayah Kota Surabaya Timur.

2. Hipotesis Kedua

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh nilai t hitung sebesar 2,366 dimana t hitung > t tabel (2,366>1,661) dengan nilai

signifikansi ( $0,020 < 0,05$ ). Hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis  $H_a$  diterima, yaitu Motivasi berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha di Wilayah Kota Surabaya Timur. Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial Motivasi berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha pada Generasi Z di Wilayah Kota Surabaya Timur.

3. Hipotesis Ketiga

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh nilai  $t$  hitung sebesar 2,537 dimana  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel ( $2,537 > 1,661$ ) dengan nilai signifikansi ( $0,05 < 0,05$ ). Hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis  $H_a$  diterima, yaitu Pemanfaatan Meidia Sosial berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha di Wilayah Kota Surabaya Timur. Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial Pemanfaatan Media Sosial berpengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha pada Generasi Z di Wilayah Kota Surabaya Timur.

**B. Uji F**

Uji simultan atau uji F dilakukan bertujuan untuk mengetahui semua variabel bebas (independen) apakah berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat (dependen). Nilai F hitung sebesar  $29,542 >$  F tabel sebesar 2,70 dengan signifikan sebesar 0,000. Jadi pada penelitian ini menyatakan terdapat pengaruh antara Efikasi Diri, Motivasi dan Pemanfaatan Media Sosial secara bersama-sama (simultan) terhadap Minat Berwirausaha pada Generasi Z di Wilayah Kota Surabaya Timur.

**C. Uji r**

Tabel 1.7 Hasil Uji r

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.693 <sup>a</sup>	.480	.464	2.69806

a. Predictors: (Constant), Pemanfaatan Media Sosial, Motivasi, Efikasi Diri

#### b. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

Dari hasil tabel 4.9 diatas merupakan hasil penelitian uji korelasi pada tabel (R) secara parsial dengan nilai koefisien sebesar 0,693 hal ini menunjukkan angka yang semakin mendekati angka 1 yang mana nilai interval koefisien terletak pada 0,60-0,799 maka dapat dijelaskan bahwa tingkat korelasi Efikasi Diri, Motivasi dan Pemanfaatan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha adalah kuat.

#### D. Uji R<sup>2</sup>

Berdasarkan tabel 1.7 diperoleh hasil R square (R<sup>2</sup>) sebesar 0,480 hal ini berarti 48,0% variabel Minat Berwirausaha dapat dijelaskan dari tiga variabel Efikasi Diri, Motivasi, Pemanfaatan Media Sosial sedangkan sisanya (100% - 48% = 52%). Maka 52% dapat dijelaskan oleh faktor lain, seperti faktor lingkungan keluarga, modal dll.

### **Kesimpulan**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Efikasi Diri, Motivasi dan Pemanfaatan Media Sosial. Penelitian ini memiliki responden yang berjumlah 100 orang, yaitu yang memiliki karakteristik berdomisili di Wilayah Kota Surabaya Timur dan termasuk ke dalam generasi Z (kelahiran tahun 1997 sampai 2012). Berdasarkan data yang telah dikumpulkan dan dilakukan pengujian dengan menggunakan model regresi linear berganda, maka dapat diambil kesimpulan bahwa Efikasi Diri, Motivasi, dan Pemanfaatan Media Sosial secara simultan bersama-sama berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Minat Berwirausaha pada Generasi Z di Wilayah Kota Surabaya.

### **Ucapan Terima Kasih**

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya untuk seluruh staff dan dosen fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,

terutama kepada dosen pembimbing yang telah membantu serta memberikan dukungan, motivasi bagi penulis dalam menyelesaikan jurnal ini. Terimakasih juga kepada seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktu dalam mengisi e-kuesioner, sehingga penulis mendapatkan data yang dibutuhkan.

### **Daftar Pustaka**

- Anggi Puspita Sari, dkk. (2020). *Kewirausahaan dan Bisnis Online*. Yayasan Kita menulis.
- Ariyanto, A. I. (2022). PENGARUH NILAI-NILAI KEWIRAUSAHAAN, LINGKUNGAN KELUARGA DAN EFIKASI DIRI TERHADAP KEMAMPUAN BERWIRAUSAHA: Studi Pada Pelaku Usaha Gen Z di Surabaya. *GEMAH RIPAH: Jurnal Bisnis*, 2(02), 52-64.
- Cahyadi Willy. (2022). *Pemanfaatan Media Terhadap Keberhasilan Wirausaha*. Inovasi Pratama Internasional.
- Cendyta, G. P., & Andayani, R. N. S. PENGARUH PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN DAN KREATIVITAS TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA Studi pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
- Diana Afifah Sari, Y. (2021). *Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial Instagram Terhadap Citra Sanggar Batik Tulis Mbah Guru Desa Jugo Kecamatan Sekaran Kabupaten Lamongan* (Doctoral dissertation, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya).
- Gultom, P. (2021). Pengaruh Motivasi Berwirausaha dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha Bisnis Farmasi Di Kecamatan Medan Petisah. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya (Eka Prasetya Journal of Management Studies)*, 7(1), 52-65.
- Hidayat, A. A. (2021). *Menyusun instrumen penelitian & uji validitas-reliabilitas*. Health Books Publishing.
- Hutahayan Benny. (2019). *PERAN KEPEMIMPINAN SPIRITUAL DAN MEDIA SOSIAL PADA ROHANI PEMUDA DI GEREJA BATAK KARO PROTESTAN (GBKP) CILILITAN*. Yogyakarta : Deepublish.

- Julyanthry, Putri Eka Putri, dkk. (2021). *Kewirausahaan Masa Kini*. Bandung : Media Sains Indonesia.
- Kristiyani, T. (2020). *Self-regulated learning: Konsep, implikasi dan tantangannya bagi siswa di Indonesia*. Sanata Dharma University Press.
- LAILI, E. N. (2018). *Pengaruh Motivasi Dan Sikap Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang (Studi Kasus Pada Reny Swalayan-ku Di Surabaya)* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA).
- Listiawati, M., Dyah, C., & Susantiningrum, S. PENGARUH PEMBELAJARAN KEWIRAUSAHAAN DAN PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA DI MAHASISWA FKIP UNS. *Jurnal Kewirausahaan dan Bisnis*, 25(1), 27-36.
- Marfuah, M. (2021). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi Berwirausaha Dan Menanamkan Jiwa Leadership Terhadap Minat Berwirausaha. *Sinau: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Humaniora*, 7(1), 1-12.
- Meliani, D., & Panduwinata, L. F. (2022). Pengaruh Mata Kuliah Kewirausahaan dan Motivasi Berwirausaha terhadap Pembentukan Jiwa Green Entrepreneur Mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Administrasi Perkantoran (JPAP)*, 10(1), 16-30.
- Nurhayati, A. (2020). Implementasi Jiwa Wirausaha Dan Pemanfaatan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswi Purwakarta. *Eqien-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 7(2), 87-94.
- Oei, A., Sendow, G. M., & Lumantow, R. Y. (2022). Pengaruh Motivasi dan Efikasi Diri Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Sam Ratulangi. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(4), 1007-1017.
- Putry, N. A. C., Wardani, D. K., & Jati, D. P. (2020). Pengaruh efikasi diri terhadap minat berwirausaha melalui motivasi sebagai variabel intervening. *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora*, 6(1), 14-24.