

website. :

<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/JIIM>

Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan *Self Efficacy* Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa (Studi Kasus Universitas Islam Negeri Sumatera Utara)

Mei Habibah Dalimunthe¹, Zuhrial M Nawawi²

¹⁻²Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, email : meydalimunthe31@gmail.com,

zuhrial.nawawi@uinsu.ac.id

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang pengaruh media sosial dan self Efficacy pada minat iminat berwirausaha mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Studi ini menemukan bahwa media sosial berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa, karena seperti yang kita ketahui saat ini bahwa media sosial digunakan tidak hanya untuk mencari informasi terkini dan sebagainya tetapi juga bisa digunakan untuk tempat berwirausaha. Sementara untuk self Efficacy juga memiliki pengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Karena self efficacy imempengaruhi kepercayaan seseorang pada tercapai atau tidaknya tujuan yang sudah ditargetkan. iSemakin tinggi ikepercayaan diri iseorang mahasiswa atas ikemampuan dirinya untuk idapat berusaha, maka isemakin besar pula keinginannya untuk menjadi seorang wirausaha

Keyword: Media Sosial; Self Efficacy; Wirausaha

Abstract. This study aims to determine the influence of social media and self-efficacy on the entrepreneurial interest of North Sumatra State Islamic University students. This study uses a quantitative approach. This study found that social media has an effect on students' interest in entrepreneurship, because as we currently know that social media is not only used to find the latest information and so on, but can also be used for entrepreneurship. Meanwhile, self-efficacy also has an influence on the entrepreneurial interest of North Sumatra State Islamic University students. Because self-efficacy affects a person's belief in achieving or not achieving the targeted goals. The higher a student's confidence in his ability to be able to do business, the greater his desire to become an entrepreneur

Keyword: Social Media; Independence; Entrepreneurship.

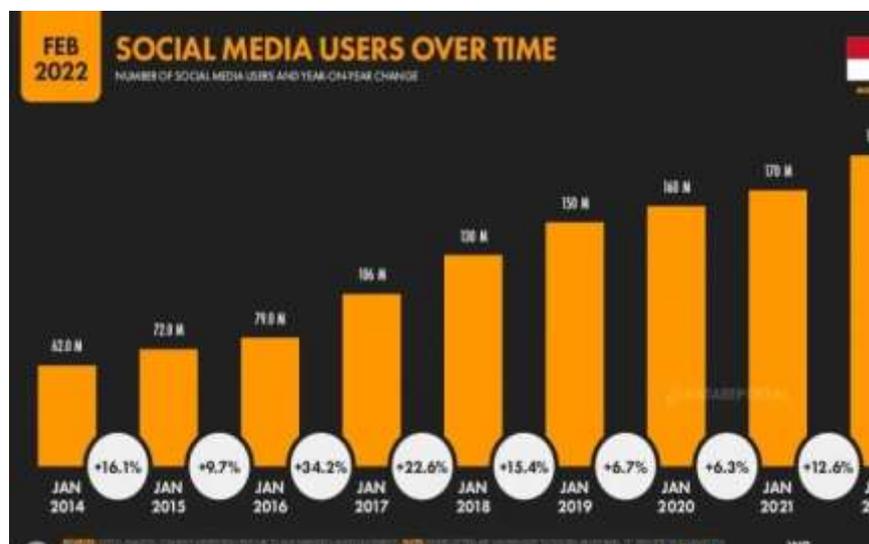


A. PENDAHULUAN

Di era globalisasi dan industrialisasi, pertumbuhan penduduk Indonesia telah memberikan kontribusi terhadap sejumlah masalah, salah satunya adalah penyempitan lapangan kerja akibat peningkatan jumlah pencari kerja. Akibatnya, banyak orang tidak memiliki kesempatan untuk mencari pekerjaan. Bertambahnya jumlah pengangguran berpengaruh pada situasi perekonomian Indonesia. Bertambah

Salah satu cara untuk mengatasi pengangguran yang paling tepat untuk Indonesia adalah dengan kewirausahaan. Pilihan untuk berwirausaha dan menciptakan lapangan pekerjaan berpeluang menghasilkan pendapatan yang lebih besar daripada berkarir menjadi karyawan. Selain itu, menjadi wirausaha dapat menyerap tenaga kerja dan mengurangi jumlah pengangguran. Menurut Sutomo (2012) dan Citradewi & Margunani (2016) menyatakan bahwa salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk mengurangi angka pengangguran adalah perlu dikembangkannya semangat berwirausaha sedini mungkin. Menumbuhkan jiwa kewirausahaan kepada para mahasiswa di perguruan tinggi dipercaya merupakan alternatif yang tepat untuk mengurangi tingkat pengangguran, karena para sarjana telah menempuh mata kuliah kewirausahaan sehingga diharapkan dapat menjadi wirausahawan muda terdidik yang mampu merintis usahanya sendiri (Azwar, 2009).

Siapa pun, termasuk mahasiswa, dapat terlibat dalam kegiatan wirausaha. Tidak ada batasan usia. Karena sektor kewirausahaan sendiri memungkinkan adanya keleluasaan untuk bekerja dan mandiri, menjadi salah satu penentu bagaimana perekonomian Indonesia berkembang. Seseorang yang siap, mau, dan mampu memulai usaha sendiri dapat menciptakan lapangan pekerjaan sendiri, menghilangkan kebutuhan untuk bergantung pada individu atau organisasi lain untuk mendapatkan pekerjaan, bahkan dapat mengisi lowongan pekerjaan untuk orang lain.



Gambar 1 Penggunaan Media Sosial Dari Tahun 2014-2022

Penggunaan media sosial di era globalisasi saat ini layak nya sudah seperti kebutuhan wajib bagi generasi sekarang. Dapat dilihat dari gambar diatas bahwa setiap tahunnya penggunaan media sosial meningkat dan bahkan di tahun 2022 saat ini juga mengalami kenaikan dari tahun 2021 lalu.

Penggunaan media sosial saat ini tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan informasi, tetapi juga banyak digunakan sebagai media penggerak perekonomian bagi para pengusaha. Ketika seseorang mampu menggunakan media sosial tersebut yang dimana diantaranya seperti Facebook, YouTube, Tiktok, Twitter Dan Instagram dan sebagainya untuk tujuan berwirausaha maka seseorang akan memiliki minat berwirausaha. Indrupati & Henari (2012) mengungkapkan bahwa media sosial online mampu membantu wirausaha dalam menjalankan usahanya. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Alfaruk (2016) menyatakan bahwa terdapat pengaruh pemanfaatan sosial media terhadap minat berwirausaha. Penelitian lainnya telah dilakukan oleh Kurniawan dan Harti (2013) menunjukkan bahwa penggunaan media sosial berpengaruh terhadap minat berwirausaha. Maka hipotesis pertama (H1) pada penelitian ini yaitu ada pengaruh positif penggunaan instagram terhadap minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi di PTN se-Kota Semarang.

Kegiatan wirausaha tentu membutuhkan efikasi diri. Efikasi diri dipandang sebagai keyakinan seseorang terhadap kemampuannya untuk melakukan serangkaian tindakan dalam situasi tertentu (Astarini dan Mahmud, 2015). Membuka suatu usaha diperlukan keyakinan diri (efikasi diri) terhadap kemampuan yang dimiliki agar dapat meraih keberhasilan dalam berwirausaha. Seseorang yang memiliki efikasi diri yang tinggi, cenderung akan bekerja lebih keras mewujudkan keinginannya untuk berwirausaha

B. KAJIAN LITERATUR

Pengertian Minat Wirausaha

Minat merupakan ketertarikan seseorang terhadap sesuatu. Minat juga dapat menjadi suatu motivasi bagi seseorang untuk melakukan sesuatu (Yusnandar, 2017). Minat pada dasarnya merupakan penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri semakin kuat atau dekat hubungan tersebut semakin besar minat (Slameto, 2010). Menurut Alma, (2013) wirausaha adalah orang yang mendobrak sistem ekonomi yang ada dengan memperkenalkan barang dan jasa baru dengan menciptakan bentuk organisasi baru atau mengolah bahan baku. Orang tersebut melakukan kegiatannya melalui organisasi bisnis yang baru atau dapat dilakukan dalam organisasi bisnis yang sudah ada.

Menurut Aprilianty (2014) menjelaskan minat berwirausaha adalah kemauan untuk mengambil resiko dengan penuh perhitungan sehingga dapat mengatasi rintangan untuk mencapai kesuksesan yang diharapkan dengan sumber daya yang terbatas. Menurut Ramlan & Nikmat (2019) minat berwirausaha adalah pilihan aktivitas seseorang karena merasa tertarik, senang dan berkeinginan untuk berwirausaha serta berani mengambil risiko untuk meraih kesuksesan. Ketersediaan untuk menanggung bermacam macam resiko berkaitan dengan tindakan berwirausaha yang dilakukannya serta berkemauan keras untuk berkari atau berusaha memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa merasa takut dengan resiko yang akan terjadi serta belajar dari kegagalan.

Self Efficacy

Menurut Kurniawan, dkk. (2016) self efficacy adalah penilaian seseorang tentang kemampuan nya sendiri untuk menjalankan perilaku tertentu atau mencapai tujuan tertentu. Azizah (2019) mengatakan bahwa self efficacy adalah keyakinan seseorang sehingga dapat menguasai suatu situasi dan menghasilkan berbagai hasil yang bernilai positif dan bermanfaat.

Menurut Mujiatun, Jufrizen, & Ritonga (2019) menyatakan bahwa self-efficacy merupakan kepercayaan pada kapasitas dirinya untuk mencapai kesuksesan pada pekerjaan dan



tanggung jawabnya. Semakin sering seseorang melakukan evaluasi diri dan menganggap bahwa dia memiliki banyak kemampuan yang positif, semakin besar pula efikasi yang dimilikinya. Efikasi diri mempengaruhi secara kuat motivasi individu untuk memperoleh keberhasilan atau tujuan yang ingin dicapai. (Feist, Feist, & Roberts, 2013) mendefinisikan efikasi diri sebagai keyakinan diri untuk mengetahui kemampuannya sehingga dapat melakukan suatu bentuk kontrol terhadap manfaat orang itu sendiri dan kejadian dalam lingkungan sekitarnya. Self efficacy dalam kewirausahaan dilihat sebagai konstruksi untuk menentukan tujuan dan Control Belief. Self efficacy mencerminkan pemahaman individu tentang kemampuannya berdasarkan pengalaman dimasa lalu dan atribusi terhadap kinerja dan perhatiannya untuk berusaha (Utomo, dkk, 2014)

Pengertian Media Sosial

Media sosial merupakan teknologi yang dapat digunakan sebagai sarana untuk berbagi, bekerjasama dan berkomunikasi antar individu maupun organisasi. Sebagai salah satu media komunikasi, media sosial bukan hanya digunakan untuk berbagi informasi, tetapi juga sebagai salah satu media untuk mengekspresikan diri, pencitraan diri, bisnis online, dan pemasaran online. Oleh karena itu mahasiswa sebagai individu yang melek teknologi diharapkan dapat memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk berwirausaha.

Media sosial merupakan hasil perkembangan dari teknologi web baru berbasis internet, yang memudahkan bagi setiap orang untuk dapat berkomunikasi, saling berbagi dan membentuk sebuah jaringan secara online. Adapun bentuk-bentuk dari media sosial yang paling populer adalah microblogging (twitter), facebook, dan blog.

- a. Twitter adalah suatu situs web yang merupakan layanan dari microblog, yaitu suatu bentuk blog yang membatasi ukuran setiap post-nya, yang memberikan fasilitas bagi pengguna untuk dapat menuliskan pesan dalam twitter update hanya berisi 140 karakter. Twitter merupakan salah satu jejaring sosial yang paling mudah digunakan, karena hanya memerlukan waktu yang singkat tetapi informasi yang disampaikan dapat langsung menyebar luas (Zarella, 2010).
- b. Facebook adalah suatu situs jejaring sosial yang dapat dijadikan sebagai tempat untuk menjalin hubungan pertemanan dengan seluruh orang yang ada di belahan dunia untuk dapat berkomunikasi satu dengan yang lainnya. Facebook merupakan situs pertemanan yang dapat digunakan oleh manusia untuk bertukar informasi, berbagi foto, video dan lainnya. (Madcoms, 2010)
- c. Blog merupakan singkatan dari web + log, yaitu sejenis website pribadi yang dapat digunakan untuk menuliskan suatu pesan atau informasi secara terus menerus dan memublikasikannya. Blog dapat berisi bermacam-macam artikel yang dikelompokkan dalam suatu kategori atau hanya terdiri atas satu jenis kategori saja. (Heni, 2008)

C. METODOLOGI PENELITIAN

Jenis analisis data adalah analisis kuantitatif. Data yang digunakan adalah data primer melalui hasil Kuisisioner menggunakan SPSS versi 20. Analisis yang digunakan ialah analisis regresi linier berganda. Populasi dan sampel pada penelitian ini adalah Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Adapun sampel penelitian sebanyak 54 responden. Teknik pengumpulan sampel menggunakan purposive sampling.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Normalitas

Tabel 1 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		54
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.97558922
Most Extreme Differences	Absolute	.150
	Positive	.077
	Negative	-.150
Test Statistic		.150
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : spss 20

Berdasarkan hasil uji normalitas menggunakan uji one sample kolmogrov test menunjukkan bahwa data distribusi tersebut normal. Hal ini bisa dilihat dari nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,2 > $\alpha=0,05$. Oleh karena itu hasil pengujian ini menunjukkan bahwa variabel Media Sosial (X1), Self Efficacy (X2) mempunyai hubungan terhadap Minat Berwirausaha

Tabel 2 Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Media Sosial (X1)	.997	1.003
	Self Efficacy (X2)	.997	1.003
a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha (Y1)			

Sumber : spss 20

Dari tabel nilai VIF Pengetahuan Media Sosial (X1) sebesar 1,003, dan Self Efficacy (X2) sebesar 1,003. Kedua variabel tersebut semuanya memiliki nilai VIF kurang dari 10. Dengan demikian Ho diterima dan H1 ditolak. Maka dapat disimpulkan bahwa model persamaan regresi tidak terjadi masalah multikolinieritas dan dapat digunakan dalam penelitian ini.

Uji Hipotesis t

Tabel 3 Hasil Uji t

Model		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	4.666	2.799		1.667	.102		
	Media Sosial (X1)	.466	.102	.518	4.548	.000	.997	1.003
	Self Efficacy (X2)	.292	.139	.239	2.095	.031	.997	1.003

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha (Y1)

Sumber : spss 20

Berdasarkan coefficients di atas dapat diketahui nilai t hitung dari setiap variabel sebagai berikut:

- Pengaruh Media Sosial (X1) terhadap Minat Berwirausaha (Y) Berdasarkan tabel di atas diperoleh nilai t hitung sebesar 4,548 dengan nilai sig 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar dari maka t tabel sebesar 2,008 dan nilai sig lebih kecil dari 0,05 (0,000 < 0,05). Maka dapat disimpulkan bahwa Ho1 ditolak dan H1 diterima, artinya variabel Media Sosial (X1) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Minat Berwirausaha (Y)

- Pengaruh Self Efficacy (X2) terhadap Minat Berwirausaha mahasiswa. Berdasarkan tabel di atas diperoleh nilai t hitung sebesar 2,095 dengan nilai sig 0,041. Hal ini menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar dari t tabel sebesar 2,008 dan nilai sig 0,05 (0,041 < 0,05). Maka dapat disimpulkan bahwa Ho2 ditolak dan H2 diterima, artinya variabel Self Efficacy (X2) berpengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha (Y)

Uji Hipotesis F

Tabel 4 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	25.926	2	12.963	13.106	.000 ^b
	Residual	50.444	51	.989		
	Total	76.370	53			

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha (Y1)
 b. Predictors: (Constant), Self Efficacy (X2), Media Sosial (X1)

Sumber : spss 20

Pada tabel diatas dapat dilihat nilai F signifikan sebesar 0.000 dan F hitung sebesar 13.106. nilai F tabel berdasarkan tabel statistik sebesar 3.175. Dengan demikian dapat disimpulkan F signifikan 0.000 < α =0.05 dan F hitung >F tabel yaitu 13.106>3.175 maka dapat disimpulkan bahwa secara simultan variabel Media Sosial (X1) dan Self Efficacy (X2) terhadap Minat Berwirausaha (Y).

Berdasarkan uji persyaratan analisis yang telah diinformasikan melalui tabel di atas dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini terdistribusi normal dan memiliki hubungan yang linear antar variabel. Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dijelaskan dalam sub pengujian hipotesis, terdapat pengaruh antara penggunaan media sosial dan self efficacy terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Adapun penjelasan lebih rinci dijabarkan sebagai berikut :

Pengaruh Media Sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa.

- Dari hasil uji analisis data yang telah dilakukan oleh peneliti diperoleh bahwa media sosial berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Hasil penelitian ini didukung oleh teori Penelitian terdahulu dari penelitian Komang Sumerta (2020) memiliki hasil penelitian yaitu penggunaan media sosial berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat berwirausaha. Penelitian lain yang serupa dilakukan oleh Suratno (2020) mengungkapkan media sosial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Selain itu, hasil penelitian ini juga didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Kumara (2020) yang menyatakan media sosial secara signifikan berpengaruh positif terhadap berwirausaha hal ini ditunjukkan dengan hasil uji signifikansi parsial pada variabel penggunaan media sosial diperoleh nilai t hitung sebesar $0,045 < 0,05$ dan nilai t hitung $2,034 > 1,661$ sehingga dapat diketahui bahwa penggunaan media sosial secara signifikan berpengaruh positif terhadap berwirausaha.
- Penggunaan media sosial di era globalisasi saat ini layak nya sudah seperti kebutuhan wajib bagi generasi sekarang. Yang dimana dapat kita lihat meningkatnya pengguna media sosial setiap tahun, di berbagai negara dan termasuk juga Indonesia.
- Penggunaan media sosial saat ini tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan informasi, tetapi juga banyak digunakan sebagai media penggerak perekonomian bagi para pengusaha. Ketika seseorang mampu menggunakan media sosial tersebut yang dimana diantaranya seperti Facebook, YouTube, Tiktok, Twitter Dan Instagram dan sebagainya untuk tujuan berwirausaha maka seseorang akan memiliki minat berwirausaha. Indrupati & Henari (2012) mengungkapkan bahwa media sosial online mampu membantu wirausaha dalam menjalankan usahanya. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Alfaruk (2016) menyatakan bahwa terdapat pengaruh pemanfaatan sosial media terhadap minat berwirausaha. Penelitian lainnya telah dilakukan oleh Kurniawan dan Harti (2013) menunjukkan bahwa penggunaan media sosial berpengaruh terhadap minat berwirausaha. Maka hipotesis pertama (H1) pada penelitian ini yaitu ada pengaruh positif penggunaan instagram terhadap minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi di PTN se-Kota Semarang.

Pengaruh Self Efficacy terhadap minat berwirausaha mahasiswa.

- Dari hasil uji analisis data yang telah dilakukan oleh peneliti diperoleh bahwa Self Efficacy berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan hasil penelitian (Nursito & Nugroho, 2013) yang sebelumnya juga telah membuktikan bahwa, self efficacy berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang diungkapkan oleh (Cromie, 2000) yang menjelaskan bahwa self efficacy mempengaruhi kepercayaan seseorang pada tercapai atau tidaknya tujuan yang sudah ditargetkan. Semakin tinggi kepercayaan diri seorang mahasiswa atas kemampuan dirinya untuk dapat berusaha, maka semakin besar pula keinginannya untuk menjadi seorang wirausaha

E. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil perolehan data yang didapatkan dari hasil uji analisis yang telah peneliti lakukan maka dapat ditarik kesimpulan

1. Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa variabel Media Sosial memiliki pengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
2. Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa variabel Self Efficacy memiliki pengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
3. Berdasarkan hasil uji f menunjukkan bahwa variabel Media Sosial dan Self Efficacy memiliki pengaruh terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfaruk, M. H. (2016). Pengaruh Pemanfaatan Sosial Media, Motivasi dan Pengetahuan terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Ekonomi di Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. *Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan*, 4(2), 164-172.
- Artiandewi, A. (2016). Pengaruh Efikasi Diri Berwirausaha dan Pendidikan Kewirausahaan terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Administrasi Perkantoran Universitas Negeri Yogyakarta. Skripsi. Fakultas Ekonomi: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Astarini, I. & Mahmud, A. (2015). Pengaruh Self-efficacy, Prestise Profesi Guru dan Status Sosial Ekonomi Orang Tua terhadap Minat Menjadi Guru Akuntansi Pada Mahasiswa Pendidikan Akuntansi 2011 FE UNNES. *Economic Education Analysis Journal*, 4(2), 469-481.
- Anggraeni, D. A. L., & Nurcaya, I. N. (2016). Peran Efikasi Diri Dalam Memediasi Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Niat Berwirausaha. *E- Jurnal Manajemen Unud*, 5(4), 2424–2453.
- Aprilda Yanti. (2019). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Self Efficacy, Locus of Control dan Karakter Wirausaha Terhadap Minat Berwirausaha. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*. Vol 2, No. 2.
- Bustan, J. (2014). Pengaruh prestasi, locus of control, risiko, toleransi ambiguitas, percaya diri, dan inovasi terhadap minat berwirausaha mahasiswa. *Orasi Bisnis : Jurnal Ilmiah Administrasi Niaga*, 11(1), 60–67.
- Kurniawan, Y. R., & Harti. (2013). Pengaruh Tingkat Penggunaan Sosial Media terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*. Vol 1 No 3.
- Maulida, S. R. & Dhanita D. R. (2012). Hubungan antara Kepercayaan Diri dan Dukungan Orang Tua dengan Motivasi Berwirausaha Pada Siswa SMK. *Jurnal Psikologi Undip*. Vol 11 No 2..
- Lesmana, R., & Sunardi, N. (2021). Futuristic Leadership Through PEKA Analysis Approach. *HUMANIS (Humanities, Management and Science Proceedings)*, 2(1).
- Lesmana, R., Sunardi, N., & Kartono. The Effect of Financing and Online Marketing on MSMEs Income Increasing at Intermoda Modern Market BSD City Tangerang Selatan. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)*, 5(7), 25-34



- Lesmana, R., Sunardi, N., Hastono, H., & Widodo, A. S. (2021). Perceived Quality Membentuk Customer Loyalty via Brand Equity pada Pengguna Smartphone Merek Xiaomi di Tangerang Selatan. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 4(2), 157-167
- Lesmana, R., Sutarman, A., & Sunardi, N. Building A Customer Loyalty Through Service Quality Mediated by Customer Satisfaction. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)*, 5(3), 38-45
- Nursito, S., & Nugroho, A. J. S. (2013). Analisis Pengaruh Interaksi Pengetahuan Kewirausahaan Dan Efikasi Diri Terhadap Intensi Kewirausahaan. *Kiat BISNIS*, 5(3), 201-211.
- Puspitaningsih, F. (2016). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dan Lingkungan Keluarga terhadap Minat Wirausaha dengan Self-efficacy sebagai Variabel Intervening Pada Mahasiswa STKIP PGRI Trenggalek. *Dewantara*. Vol. 2 No 1.
- Sinurat, J. P., Aini, Y., & Makmur, M. (2018). Pengaruh Motivasi, Self Efficacy dan Locus of Control Terhadap Minat Berwirausaha. *Cano Economos: Jurnal Ilmiah Fakultas Ekonomi*, 7(1).
- Sunardi, N., & Lesmana, R. (2020). Konsep Icepower (Wiramadu) sebagai Solusi Wirausaha menuju Desa Sejahtera Mandiri (DMS) pada Masa Pandemi Covid-19. *JIMF (Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma)*, 4(1).
- Yasundari. (2016). Hubungan Penggunaan Instagram dengan Motivasi Wirausaha Pebisnis Daring (Online) dalam Meningkatkan Produktivitas. *Journal Kajian Komunikasi*, 4(2), 208-218.