



## Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi, Lingkungan Keluarga dan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Muslim

Salmiah Hasibuan<sup>1\*</sup> dan Zainy Cholis Muda Harahap<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

<sup>2</sup>Universitas Islam Sumatera Utara

### Article Info

#### Article history:

Received Jun 12<sup>th</sup>, 2023

Revised Aug 20<sup>th</sup>, 2023

Accepted Aug 26<sup>th</sup>, 2023

### Kata Kunci:

Pengetahuan Kewirausahaan

Motivasi

Lingkungan Keluarga

Media Sosial

Minat Berwirausaha

### ABSTRAK

Upaya yang dapat dilakukan untuk menekan angka pengangguran adalah dengan menciptakan lapangan pekerjaan. Dalam menciptakan lapangan pekerjaan harus diiringi dengan semangat kewirausahaan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pengetahuan kewirausahaan, motivasi, lingkungan keluarga dan media sosial terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa FEBI UINSU Medan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan pendekatan analisis deskriptif dan jumlah sampel sebanyak 372 orang. Data yang berhasil diperoleh dari penyebaran kuisioner akan diuji dengan alat bantu aplikasi SmartPLS 3.2. Penelitian ini memperoleh hasil nilai t-value variabel pengetahuan kewirausahaan sebesar 3,873, motivasi sebesar 5,206, lingkungan keluarga 5,398 dan media sosial sebesar 0,403 dengan nilai t-tabel sebesar 2,25. Sehingga dapat disimpulkan variabel pengetahuan kewirausahaan, motivasi dan lingkungan keluarga berpengaruh sedangkan media sosial tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa FEBI UINSU Medan.

### ABSTARCT

Efforts that can be made to reduce unemployment are by creating jobs. In creating jobs, it must be accompanied by an entrepreneurial spirit. The purpose of this study was to determine how much influence entrepreneurial knowledge, motivation, family environment and social media on entrepreneurial interest in FEBI UINSU Medan students. The method used in this research is a quantitative method with a descriptive analysis approach and a sample size of 372 people. The data obtained from distributing questionnaires will be tested with the SmartPLS 3.2 application tool. This study obtained the results of the t-value of the entrepreneurial knowledge variable of 3.873, motivation of 5.206, family environment of 5.398 and social media of 0.403 with a t-table value of 2.25. So it can be concluded that the variables of entrepreneurial knowledge, motivation and family environment have an effect while social media has no effect on the entrepreneurial interest of FEBI UINSU Medan students



© 2023 Para Penulis. Diterbitkan oleh Perkumpulan Konsultan Manajemen Pendidikan Indonesia (PKMPI). Ini adalah artikel akses terbuka di bawah lisensi CC BY-NC-SA (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0>)

### Corresponding Author:

Salmiah Hasibuan

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Email: [salmiahhasibuan@gmail.com](mailto:salmiahhasibuan@gmail.com)

## Latar Belakang

Permasalahan pengangguran masih menjadi perhatian serius bagi negara Indonesia. Hal ini disebabkan ketersediaan lapangan pekerjaan tidak dapat menampung jumlah angkatan kerja yang semakin bertambah. Berdasarkan data badan pusat statistika jumlah pengangguran terbuka menurut pendidikan tertinggi yang ditamatkan pada tingkat tidak pernah sekolah, tidak tamat SD, tamat SD, tamatan SMP pada tahun 2021 sebanyak 3,453,174 juta jiwa sedangkan pengangguran pada tingkat pendidikan SMA, SMK, diploma dan universitas pada tahun 2021 sebanyak 5,648,878 juta jiwa. Data BPS per Februari 2019 pengangguran lulusan diploma I/II/III naik sebesar 8,5% dan kenaikan angka pengangguran sebesar 25% juga terjadi pada lulusan universitas dan dari 129,4 juta penduduk bekerja lulusan diploma I/II/III dan universitas hanya sebesar 13% saja (Statistik, 2021).

Upaya yang dapat menekan angka pengangguran adalah dengan menciptakan lapangan pekerjaan. Dalam menciptakan lapangan pekerjaan harus diiringi dengan semangat kewirausahaan. Salah satu tingkat pendidikan yang dapat merealisasikan adalah pendidikan pada perguruan tinggi (Mardiah, 2021).

Perguruan tinggi adalah lembaga yang diharapkan dapat menghasilkan lulusan yang berkontribusi positif dalam lapangan kerja terutama di Indonesia. Lulusan tadi dituntut sanggup mengaktualisasikan dan mengimplementasikan keilmuan yg sudah mereka bisa dan kuasai dalam bidang kerja mereka masing-masing (Marliyah, Muhammad Yafiz, Budi Darma, 2022). Menurut Menteri Investasi Indonesia Bahlil Lahadalia (dalam Anatasia Anjani: 2021) perguruan tinggi harus membuka jurusan baru sesuai kebutuhan industri masa depan, dan juga mampu mengubah mentalitas mahasiswa, dari ingin menjadi pegawai menjadi wirausaha. Dengan harapan para lulusan perguruan tinggi dapat mencari pekerjaan, serta dapat mengurangi angka pengangguran (Anatasia, 2021). Penulisan riset-riset sebelumnya yang mengkaji tentang minat berwirausaha masih ditemukan adanya research gap yang meliputi perbedaan hasil diantara para peneliti, yang akan dijelaskan di bawah ini.

Penelitian-penelitian terdahulu menyebutkan ada beberapa faktor yang dapat meningkatkan minat mahasiswa dalam berwirausaha diantaranya pengetahuan kewirausahaan, motivasi berwirausaha, lingkungan keluarga dan media sosial. Pengetahuan kewirausahaan merupakan salah satu faktor yang mampu mempengaruhi minat seseorang dalam berwirausaha.

Menurut Wibowo (2011) pendidikan kewirausahaan merupakan usaha untuk menanamkan jiwa dan mental kewirausahaan baik dari lembaga pendidikan maupun lembaga lainnya, seperti lembaga pelatihan (Mardiah, 2021). Indikator yang digunakan menurut Mustafa (2014): berani mengambil resiko, menganalisis peluang usaha dan merumuskan solusi masalah (Hendrawan, Josia Sanchaya, 2017). Penelitian yang dilakukan oleh Kurnia Dede, Kusnendi dan Furqon Chairul (2018) menjelaskan terdapat pengaruh positif pada pengetahuan kewirausahaan terhadap minat wirausaha (Kurnia Dede, 2018). Dan juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Herlambang Mahmudzah Jaya dan Harti (2021) bahwa pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha (Harti, 2021). Serta didukung oleh Khoirun nisa dan Indri Murniawaty (2020) dalam penelitian menjelaskan bahwa pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha (Khoirun Nisa, 2020). Hal serupa juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Yasin Fitrianto dan Giarti Slamet bahwa pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha (Yasin Fitrianto, 2020) Motivasi juga menjadi faktor yang mampu mempengaruhi minat seseorang dalam berwirausaha. Rusdiana (2004) memahami motivasi sebagai kondisi dalam diri individu yang menyebabkan mereka berperilaku dengan cara yang menjamin tercapainya suatu tujuan. Indikator motivasi yang digunakan dalam penelitian ini yakni: motivasi material, motivasi rasional intelektual dan motivasi emosional sosial (Rusdiana, 2014). Seperti penelitian yang dilakukan oleh Anugrah Putra Rahmansyah (2021) menyatakan motivasi dan pengetahuan kewirausahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha (Anugrah Putra

Rahmansyah, 2021). Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dudung Abdullah dan Fiska Rahmah Septiany (2019) bahwa motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha (Dudung Abdullah, 2019). Hal serupa juga disampaikan oleh Abid Mahtarom, Hery Suprpto dan Muanifah Julia Agustin bahwa motivasi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha (Abid Mahtarom, Hery Suprpto, 2021). Serta didukung oleh Alawi Fathan Yasin bahwa motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha

(Yasin, 2022). Menurut Kharani (dalam Gultom: 2021) lingkungan keluarga adalah lingkungan dimana seorang anak pertama kali mendapat pendidikan dan bimbingan setelah mereka dilahirkan dan dalam proses ini orang tua adalah pihak yang bertanggung jawab penuh. Termasuk apabila orang tua telah berwirausaha dalam bidang tertentu dapat menimbulkan minat anaknya untuk berwirausaha (Gultom, 2021). Terdapat beberapa indikator yang digunakan pada penelitian ini yang berasal dari dua tokoh, menurut Susilowati (2012) cara orang tua mendidik, hubungan antar keluarga dan perhatian orang tua dalam perkembangan anak (Yunsepa, 2020) serta menurut Lindquist (2012) latar belakang pekerjaan orang tua (Agustina, 2019). Penelitian yang dilakukan oleh Dini Agusmiati dan Agus Wahyudin (2018) membahas keterkaitan faktor lingkungan keluarga menyatakan bahwa lingkungan keluarga berpengaruh terhadap minat berwirausaha (Agusmiati, 2018). Kemudian sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Eny Suprpti dan Minsar Muhammad (2022) bahwa lingkungan keluarga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha (Muhammad, 2022). Dan juga penelitian yang dilakukan oleh Saun Supriaman lingkungan keluarga berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha (Supriaman, 2019). Serta didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Nawary Saragih, Saut Purba dan Betniar Purba (2022) bahwa lingkungan keluarga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha (Nawary Saragih, Saut Purba, 2022). Tetapi berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Ika Indriyani dan Subowo (2019) lingkungan keluarga tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa (Ika Indriyani, 2019). Dan juga tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Henny Rachmawati, Waspodo Tjipto Subroto bahwa lingkungan keluarga secara parsial tidak berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha (Rachmawati & Subroto, 2022).

Indroworo (2016) menjelaskan media sosial merupakan hal yang sering dengan kita di kegiatan sehari-hari. Setiap hari pastinya kita menggunakan media sosial untuk berinteraksi ke setiap orang-orang mulai dari kegiatan usaha ataupun pekerjaan bahkan dunia pendidikan juga menggunakan media sosial (Indroworo, 2016). Indikator yang digunakan pada variabel media sosial menurut Kurniawan dan Harti (2013) adalah saran komunikasi, akses dan pemanfaatan media sosial (Sahroh, 2018). Adapun penelitian yang dilakukan Tio Prasetio (2020) sejalan dengan hasil yang dilakukan oleh peneliti bahwa media sosial tidak berpengaruh signifikan dan memiliki korelasi positif terhadap minat berwirausaha (Prasetio, 2020). Selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Rahmat Jumadi dan Nur Huri Mustofa bahwa media sosial tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha (Rahmat Jumadi, 2022). Tetapi penelitian yang dilakukan oleh Angri Aputra, Sukmawati, dan Nurhayati Aziz bahwa media sosial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha (Angri Aputra, Sukmawati, 2022).

Minat berwirausaha adalah kecenderungan dalam diri seseorang dan sukar dalam merancang sebuah usaha dan kemudian mengatur, mengorganisir, menanggung resiko dan mengembangkan usaha yang dirancangnya tersebut (Hendrawan, Josia Sanchaya, 2017). Indikator yang digunakan pada variabel ini menurut Purnomo (2005): kemampuan keras untuk mencapai tujuan dan kebutuhan hidup, keyakinan kuat atas kekuatan sendiri, sikap jujur dan tanggung jawab, ketahanan fisik, mental, ketekunan, keuletan dalam bekerja, pemikiran kreatif dan konstruktif dan berorientasi ke masa depan dan berani mengambil keputusan (Fauzi, 2019).

## **Metode Penelitian**

Penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif deskriptif yaitu mendeskripsikan hasil penelitian pengaruh pengetahuan kewirausahaan, motivasi, lingkungan keluarga dan media sosial terhadap

minat berwirausaha mahasiswa. Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UINSU Medan. Populasi penelitian ini adalah mahasiswa semester ganjil TA. 2022-2023. Dalam menentukan jumlah sampel penelitian, peneliti menggunakan rumus slovin sehingga menghasilkan 372 responden dengan menggunakan teknik penarikan sample random sampling dikarenakan seluruh responden dianggap sama. Penelitian ini mendapatkan data primer dengan menyebarkan kuisioner kepada seluruh responden dengan skala likert yang menjadi opsi jawaban sebagai pengukuran. Setelah jawaban responden berhasil dikumpulkan maka dilakukan analisis menggunakan Structural Equational Modelling (SEM) dengan aplikasi SmartPLS versi 3.2.9.

## Teknik Analisis Data

### Uji Model Pengukuran (Outer Model)

Pengujian model pengukuran adalah model pengukuran karakteristik yang mampu menspesifikasikan hubungan antara variabel laten dengan indikator yang dimiliki. Kegunaan model ini untuk menguji validitas dan reliabilitas dengan metode yang digunakan adalah Convergent Validity, Discriminant Validity dan Reliability.

### Uji Model Struktural (Inner Model)

Model struktural dalam PLS dievaluasi dengan menggunakan R<sup>2</sup> untuk konstruk dependen, nilai koefisien path atau t-value tiap path untuk uji signifikansi antar konstruk dalam model struktural. Nilai koefisien path atau inner model yang ditunjukkan oleh nilai t-statistik, >2,25 untuk hipotesis dua sisi dengan alpha 5%. Kriteria kedua nilai R<sup>2</sup> adalah untuk mengukur besar kecilnya perubahan antara variabel bebas terhadap variabel terikat, dan nilai koefisien jalur menunjukkan tingkat signifikansi dalam pengujian hipotesis (Abdillah, 2018). Selanjutnya, uji model struktural (inner model) juga mengukur nilai Q square. Q square digunakan untuk menguji seberapa baik nilai yang dihasilkan oleh model dan mengetahui estimasi parameternya. Nilai Q square > 0 menunjukkan bahwa model memiliki nilai predictive relevance sebaliknya nilai Q square < 0 menunjukkan bahwa model kurang memiliki nilai prediksi yang relevan (Imam Ghozali, 2014).

## Hasil dan Pembahasan

### Hasil

#### Profil Responden

Adapun rekapitulasi profil responden dijelaskan pada tabel di bawah ini:

Tabel 1. Rekapitulasi Profil Responden

Fakultas	Frekuensi	Persentase
Ekonomi Islam	112	30,1 %
Perbankan Syariah	100	26,9 %
Akuntansi Syariah	83	22,3 %
Asuransi Syariah	49	13,2 %
Manajemen	28	7,5 %
<b>Total</b>	<b>372</b>	<b>100%</b>

Semester	Frekuensi	Persentase
Semester I	32	8,6 %
Semester III	22	5,9 %
Semester V	43	11,6 %
Semester VII	150	40,3 %
Semester IX	125	33,6 %
<b>Total</b>	<b>372</b>	<b>100%</b>

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-Laki	131	35,2%
Perempuan	241	64,8%
<b>Total</b>	<b>372</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Olahan Peneliti

Berdasarkan tabel 1 rekapitulasi profil responden, menjelaskan bahwa mayoritas responden menjawab berasal dari jurusan Ekonomi Islam yang berjumlah 112 orang dengan persentase 30,1%. Jika dilihat dari semester didominasi oleh semester 7 berjumlah 150 orang

dengan persentase 40,3%. Dan jika dilihat berdasarkan jenis kelamin, responden berjenis kelamin perempuan yang mendominasi penjawab dengan jumlah 241 orang persentase 64,8%.

Beberapa pertanyaan umum yang dijawab responden sebelum menjawab kuisioner

Tabel 2. Pertanyaan Umum Kepada Responden

Apakah Saat Ini Memiliki Usaha?	Ya	Tidak	Total
Responden (Mahasiswa)	70	302	372
Persentase	18,8 %	81,2 %	100%

Apakah Telah Mendapatkan Pembelajaran Mata Kuliah Kewirausahaan di Kampus	Ya	Tidak	Total
Responden (Mahasiswa)	346	26	372
Persentase	93%	7%	100%

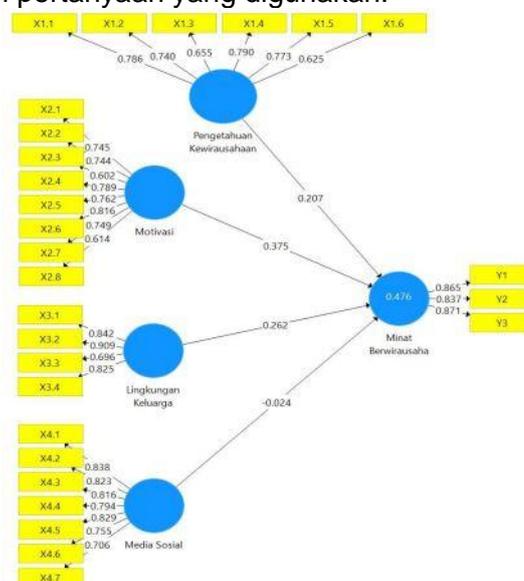
Apakah Pernah Mendapatkan Pelatihan Kewirausahaan	Ya	Tidak	Total
Responden (Mahasiswa)	318	54	372
Persentase	85,5 %	14,5 %	100%

Sumber: Data Olahan Peneliti

Rekapitulasi terkait pertanyaan umum menjelaskan bahwa dari total responden 372 orang, yang telah memiliki usaha hanya 70 orang (18,8%), sedangkan 302 orang (81,2%) tidak memiliki usaha. Selanjutnya pertanyaan terkait telah mendapatkan pembelajaran mata kuliah kewirausahaan, mayoritas responden dengan jumlah 346 orang (93%) telah mendapatkannya dan hanya 26 orang (7%) belum mendapatkannya. Dan yang terakhir pertanyaan terkait telah mendapatkan pelatihan kewirausahaan, didominasi oleh responden yang telah mendapatkan pelatihan kewirausahaan dengan jumlah 318 orang (85,5 %) dan 54 orang (14,5%) lainnya menjawab belum mendapatkan pelatihan kewirausahaan.

### Uji Model Pengukuran (Outer Model)

Dengan menggunakan metode PLS Olgarhythm pada aplikasi SmartPLs menghasilkan nilai uji dari masing-masing item pertanyaan yang digunakan:



Gambar 1. Diagram Jalur Pengujian Outer Model

Sumber: Data Olahan Peneliti

### Validitas Konvergen

**Tabel 3. Hasil Pengujian Factor Loading**

Variabel	Variabel Manifest	Factor Loading	Indikator	Kesimpulan
Pengetahuan Kewirausahaan	X1 --> 1	0.786	≥ 0,60	Valid
	X1 --> 2	0.740	≥ 0,60	Valid
	X1 --> 3	0.655	≥ 0,60	Valid
	X1 --> 4	0.790	≥ 0,60	Valid
	X1 --> 5	0.773	≥ 0,60	Valid
	X1 --> 6	0.625	≥ 0,60	Valid
Media Sosial	X2 --> 1	0.745	≥ 0,60	Valid
	X2 --> 2	0.744	≥ 0,60	Valid
	X2 --> 3	0.602	≥ 0,60	Valid
	X2 --> 4	0.789	≥ 0,60	Valid
	X2 --> 5	0.762	≥ 0,60	Valid
	X2 --> 6	0.816	≥ 0,60	Valid
	X2 --> 7	0.749	≥ 0,60	Valid
	X2 --> 8	0.614	≥ 0,60	Valid
Lingkungan Keluarga	X3 --> 1	0.842	≥ 0,60	Valid
	X3 --> 2	0.909	≥ 0,60	Valid
	X3 --> 3	0.696	≥ 0,60	Valid
	X3 --> 4	0.825	≥ 0,60	Valid
Media Sosial	X4 --> 1	0.838	≥ 0,60	Valid
	X4 --> 2	0.823	≥ 0,60	Valid
	X4 --> 3	0.816	≥ 0,60	Valid
	X4 --> 4	0.794	≥ 0,60	Valid
	X4 --> 5	0.829	≥ 0,60	Valid
	X4 --> 6	0.755	≥ 0,60	Valid
	X4 --> 7	0.706	≥ 0,60	Valid
Minat Berwirausaha	Y1	0.865	≥ 0,60	Valid
	Y2	0.837	≥ 0,60	Valid
	Y3	0.871	≥ 0,60	Valid

Sumber: Data Olahan Peneliti

Melalui tabel 3 di atas, menjelaskan bahwa secara keseluruhan indikator yang digunakan dalam penelitian ini telah memenuhi syarat atau dikatakan valid. Dimana parameter yang digunakan dalam pengujian factor loading adalah > 0,60 dengan artian hasil pengujian harus di atas 0,60 agar indikator dapat dinyatakan lulus atau dikategorikan valid sehingga dapat dilakukan pengujian selanjutnya. Berikutnya adalah pengujian Average Variance Extracted (AVE)

**Tabel 4. Hasil Pengujian AVE**

Variabel	Nilai AVE	Indikator	Kesimpulan
Pengetahuan Kewirausahaan (X1)	<b>0.534</b>	≥ 0,50	Valid
Motivasi (X2)	<b>0.535</b>	≥ 0,50	Valid
Lingkungan Keluarga (X3)	<b>0.675</b>	≥ 0,50	Valid
Media Sosial (X4)	<b>0.633</b>	≥ 0,50	Valid
Minat Berwirausaha (Y)	<b>0.736</b>	≥ 0,50	Valid

Sumber: Data Olahan Peneliti

Parameter pengujian AVE dalam penelitian ini adalah  $> 0,50$  dengan artian bahwa hasil pengujian nilai AVE harus diatas 0,50. Berdasarkan tabel 3 diatas, menjelaskan bahwa seluruh variabel yang digunakan dinyatakan valid. Pengujian selanjutnya adalah discriminant validity dengan metode cross loading, fornell lacker dan hetetrait monotratic (HTMT).

**Validitas Diskriminan**

Tabel 5. Hasil Pengujian Discriminant Validity  
Hasil Pengujian Cross Loading

	X1	X2	X3	X4	Y
X1.1	<b>0.786</b>	0.592	0.386	0.514	0.343
X1.2	<b>0.740</b>	0.553	0.365	0.425	0.338
X1.3	<b>0.655</b>	0.475	0.277	0.435	0.223
X1.4	<b>0.790</b>	0.526	0.543	0.360	0.260
X1.5	<b>0.773</b>	0.556	0.468	0.469	0.315
X1.6	<b>0.625</b>	0.332	0.304	0.307	0.214
X2.1	0.534	<b>0.745</b>	0.377	0.543	0.462
X2.2	0.523	<b>0.744</b>	0.353	0.577	0.441
X2.3	0.457	<b>0.602</b>	0.460	0.407	0.422
X2.4	0.508	<b>0.789</b>	0.349	0.512	0.467
X2.5	0.553	<b>0.762</b>	0.318	0.465	0.504
X2.6	0.566	<b>0.816</b>	0.382	0.627	0.547
X2.7	0.475	<b>0.749</b>	0.316	0.523	0.482
X2.8	0.449	<b>0.614</b>	0.315	0.462	0.316
X3.1	0.250	0.368	<b>0.842</b>	0.286	0.425
X3.2	0.355	0.448	<b>0.909</b>	0.352	0.460
X3.3	0.248	0.348	<b>0.696</b>	0.298	0.207
X3.4	0.389	0.432	<b>0.825</b>	0.367	0.503
X4.1	0.465	0.633	0.399	<b>0.838</b>	0.378
X4.2	0.439	0.594	0.345	<b>0.823</b>	0.370
X4.3	0.467	0.600	0.342	<b>0.816</b>	0.303
X4.4	0.426	0.575	0.338	<b>0.794</b>	0.268
X4.5	0.440	0.556	0.327	<b>0.829</b>	0.345
X4.6	0.465	0.508	0.230	<b>0.755</b>	0.424
X4.7	0.430	0.471	0.247	<b>0.706</b>	0.416
Y1	0.504	0.570	0.404	0.498	<b>0.865</b>

<b>Y2</b>	0.464	0.493	0.369	0.382	<b>0.837</b>
<b>Y3</b>	0.461	0.554	0.414	0.438	<b>0.871</b>

Hasil Pengujian *Fornell Lacker*

	<b>X1</b>	<b>X2</b>	<b>X3</b>	<b>X4</b>	<b>Y</b>
<b>X1</b>	<b>0.731</b>				
<b>X2</b>	0.697	<b>0.731</b>			
<b>X3</b>	0.566	0.706	<b>0.796</b>		
<b>X4</b>	0.387	0.488	0.397	<b>0.822</b>	
<b>Y</b>	0.556	0.630	0.462	0.516	<b>0.858</b>

Hasil Pengujian HTMT

	<b>X3</b>	<b>X4</b>	<b>Y</b>	<b>X2</b>	<b>X1</b>
<b>X3</b>					
<b>X4</b>	<b>0.460</b>				
<b>Y</b>	0.577	<b>0.520</b>			
<b>X2</b>	0.571	0.796	<b>0.735</b>		
<b>X1</b>	0.451	0.659	0.646	<b>0.816</b>	

Sumber: Data Olahan Peneliti

Berdasarkan tabel 5 di atas pengujian dengan metode cross loading telah memenuhi syarat, dikarenakan nilai korelasi terhadap konstruksya lebih besar dibanding dengan nilai korelasi terhadap konstruk lainnya, sehingga seluruh item pernyataan dapat digunakan. Selanjutnya metode fornell lacker dianggap memenuhi syarat apabila nilai dari setiap variabel harus lebih tinggi daripada nilai korelasi variabel yang tercantum di dalam kolom. Berdasarkan hasil pengujian nilai fornell lacker di atas seluruh variabel yang digunakan telah memenuhi syarat. Dan yang terakhir adalah metode pengujian HTMT dengan parameter hasil nilai uji HTMT dianggap memenuhi syarat jika lebih kecil dari 0,9. Tabel 5 menjelaskan bahwa seluruh nilai di bawah 0,9 maka pengujian metode HTMT dikategorikan memenuhi syarat.

## Reliabilitas

Tabel 6. Hasil Pengujian Reliabilitas

*Cronbach's Alpha*

Variabel	Cronbach's Alpha	Indikator	Kesimpulan
Pengetahuan Kewirausahaan (X1)	<b>0.827</b>	≥ 0,60	Reliabel
Motivasi (X2)	<b>0.874</b>	≥ 0,60	Reliabel
Lingkungan Keluarga (X3)	<b>0.843</b>	≥ 0,60	Reliabel
Media Sosial (X4)	<b>0.904</b>	≥ 0,60	Reliabel
Minat Berwirausaha (Y)	<b>0.821</b>	≥ 0,60	Reliabel

*Composite Reliability*

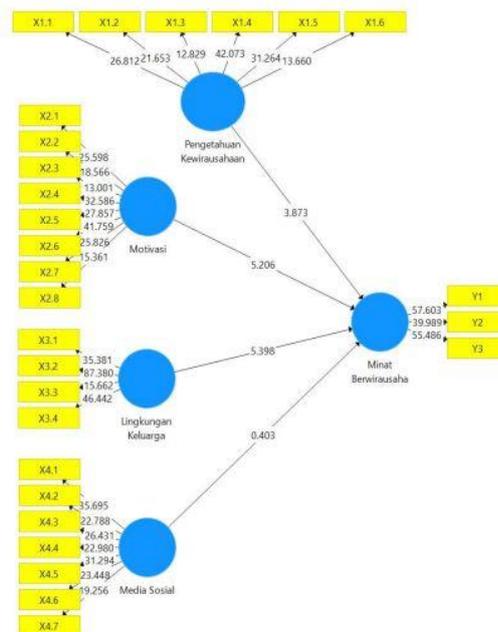
Variabel	Composite Reliability	Indikator	Kesimpulan
Pengetahuan Kewirausahaan (X1)	<b>0.872</b>	≥ 0,60	Reliabel
Motivasi (X2)	<b>0.901</b>	≥ 0,60	Reliabel
Lingkungan Keluarga (X3)	<b>0.892</b>	≥ 0,60	Reliabel
Media Sosial (X4)	<b>0.923</b>	≥ 0,60	Reliabel
Minat Berwirausaha (Y)	<b>0.893</b>	≥ 0,60	Reliabel

Sumber: Data Olahan Peneliti

Tabel 6 di atas yaitu pengujian reliabilitas dengan metode Cronbach's Alpha dan Composite Reliability menjelaskan bahwa seluruh item variabel yang digunakan bersifat reliabel karena seluruh item pertanyaan bernilai diatas 0,60. Melalui hasil tersebut dapat dilakukan pengujian selanjutnya yaitu Pengujian Model Struktural (Inner Model).

## Uji Model Struktural (Inner Model)

Dalam aplikasi SmartPLS, metode yang digunakan untuk menguji model struktural (inner model) terdapat pada menu Bootstrapping dengan hasil seperti gambar di bawah ini:



Gambar 3. Diagram Jalur Pengujian Inner Model  
Sumber: Data Olahan Peneliti

Pengujian selanjutnya adalah model struktural (inner model) dengan melalui tiga jenis evaluasi yakni untuk melihat nilai R Square, melihat nilai Q Square dan pengujian hipotesis.

**Pengujian R Square**

Tabel 7. Nilai R Square

Variabel	R Square
Minat Berwirausaha	<b>0.476</b>

Sumber: Data Olahan Peneliti

Berdasarkan hasil pengujian R Square yang tertera pada tabel diatas menunjukkan bahwa variabel bebas minat berwirausaha memiliki nilai R2 sebesar 47,6%. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel terikat yakni pengetahuan kewirausahaan, motivasi, lingkungan keluarga dan media sosial mampu mendeskripsikan variabel bebas sebesar 47,6% dan 52,4% di deskripsikan oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Pengujian Q Square**

Tabel 8. Q Square

Variabel	Q <sup>2</sup> (=1-SSE/SSO)
Minat Berwirausaha	<b>0.341</b>

Sumber: Data Olahan Peneliti

Uji Q2 (predictive relevance) dilakukan untuk seberapa baik model jalur dapat memprediksi nilai-nilai data asli. Jika nilai Q2 lebih besar dari 0 (nol) maka hal tersebut menunjukkan bahwa model memiliki nilai prediksi relevan. Berdasarkan tabel di atas, nilai Q2 sebesar 0,341 yang mana nilai tersebut lebih besar dari 0 (nol) atau >0. Maka Q2 pada variabel minat berwirausaha memiliki nilai yang relevan.

**Path Coefficients (Pengujian Hipotesis)**

Jika nilai t-value atau t-statistic lebih besar dari t-table 2,25 atau > 2,25 (uji dua ekor) dan nilai p-value lebih kecil dari 0,05 atau < 0,05 (uji dua ekor) maka hipotesis diterima.

Tabel 9. Pengujian Hipotesis

Variabel	Original Sample (O)	T Statistics ((O/STDEV))	p-Values	Kesimpulan Hipotesis	
	Path Coefisient	t-Value		Ho	Ha
X1 → Y	0.207	3.873	0.000		Diterima
X2 → Y	0.375	5.206	0.000		Diterima
X3 → Y	0.262	5.398	0.000		Diterima
X4 → Y	-0.024	0.403	0.687	Ditolak	

Sumber: Data Olahan Peneliti

Tabel di atas menjelaskan hasil pengujian hipotesis sebagai berikut:

1. Pengetahuan Kewirausahaan (X1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha (Y). Dengan nilai t-value  $3.873 > 2.25$  dan Nilai p-value sebesar  $0.000 < 0.05$ .
2. Motivasi (X2) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha (Y). Dengan nilai t-value  $5.206 > 2.25$  dan Nilai p-value sebesar  $0.000 < 0.05$ .
3. Lingkungan Keluarga (X3) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha (Y). Dengan nilai t-value  $5.398 > 2.25$  dan Nilai p-value sebesar  $0.000 < 0.05$ .
4. Media Sosial (X4) memiliki tidak berpengaruh dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha (Y). Dengan nilai t-value  $0.403 < 2.25$  dan Nilai pvalue sebesar  $0.687 < 0.05$ .

## Pembahasan

### Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan (X1) Terhadap Minat Berwirausaha (Y)

Menurut Kasmir 2011 (dalam Niluh Anik Sapitri dan Emi Sri Rahayu Fatimah: 2020) pengetahuan kewirausahaan merupakan dasar dari sumber daya kewirausahaan yang terdapat didalam diri individu (Sapitri, 2020). Hasil pengujian hipotesis pertama yaitu variabel pengetahuan kewirausahaan bersifat positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Sehingga dapat disimpulkan pengetahuan kewirausahaan mahasiswa FEBI UINSU Medan yang menjadi responden sudah baik, dan sudah seharusnya pihak fakultas juga mendorong pengetahuan berwirausaha tidak hanya melalui metode pembelajaran formal tetapi juga dengan metode pembelajaran non formal seperti seminar, pelatihan dan juga dapat dilakukan dengan mengadakan even-even yang berkaitan dengan kewirausahaan. Dengan harapan bahwa melalui metode tersebut dapat menjadi pendorong minat mahasiswa FEBI UINSU Medan untuk berwirausaha. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Anugrah Putra Rahmansyah, Dkk (2021) bahwa pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Ekonomi Islam semester VI FEBI UINSU (Anugrah Putra Rahmansyah, 2021). Hal ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Siti Juhariyah (2018) bahwa pengetahuan kewirausahaan berpengaruh terhadap minat berwirausaha (Wahyuni, 2018). Dan diperkuat oleh Fransisca Mulyani Sucipto, Sumarno dan Filma Alia Sari (2022) bahwa pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha (Fransiska Mulyani Sucipto & Sari, 2022).

### Pengaruh Motivasi (X2) Terhadap Minat Berwirausaha (Y)

Pengujian hipotesis kedua adalah pengaruh motivasi terhadap minat berwirausaha. Sutrisno (2014) menyampaikan bahwa motivasi menjadi faktor pendorong seseorang untuk melakukan aktivitas tertentu, oleh karenanya motivasi sering diartikan sebagai faktor pendorong perilaku seseorang Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Medan seharusnya juga dapat meningkatkan minat berwirausaha melalui variabel motivasi dengan memberikan pelatihan kewirausahaan yakni pelatihan yang intensif kepada mahasiswa yang mempunyai minat berwirausaha agar mempunyai pengalaman yang cukup sehingga mampu bersaing dalam dunia

wirausaha. Variabel Motivasi pada penelitian ini memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha dengan nilai tvalue 5,206 dan nilai p-value sebesar 0.00 serta nilai path coefficients sebesar 0,375 dengan hasil tersebut penelitian ini menerima  $H_2$ . Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Okta Eko Putra dan Retno Maya Sari (2020) bahwa motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha (Sari, 2020). Penelitian yang dilakukan oleh Candra Wijayangka, Budi Rustandi Kartawinata, dan Bagus Novrianto juga menyatakan bahwa serupa yaitu motivasi berpengaruh terhadap minat berwirausaha (Candra Wijayangka, Budi Rustandi Kartawinata, 2018). Dan diperkuat penelitian yang dilakukan oleh Rahmansyah, Hardi Mulyono, dan Abd Rasyid Syamsuri (2021) motivasi berwirausaha secara parsial maupun simultan berpengaruh terhadap minat berwirausaha (Anugrah Putra Rahmansyah, 2021).

### **Pengaruh Lingkungan Keluarga (X3) Terhadap Minat Berwirausaha (Y)**

Selanjutnya adalah pengujian hipotesis ketiga dengan variabel terikat adalah lingkungan keluarga. Menurut Hasbullah (dalam Dilla Lutfia Destari: 2019) lingkungan keluarga adalah lingkungan pendidikan pertama bagi seorang anak karena sejak dilahirkan pertama kali ke dunia lebih banyak berinteraksi dengan keluarga. Berdasarkan pengujian hipotesis variabel lingkungan keluarga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha, dengan kata lain hipotesis diterima. Hasil tersebut juga mengartikan bahwa keluarga memberikan kepercayaan atas keputusan yang akan diambil orang anak-anak mereka dikarenakan anak-anak telah dibekali ilmu pengetahuan sehingga dianggap cukup untuk dapat menentukan karir yang akan dipilih. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dilla Lutfia Destari (2019) bahwa variabel lingkungan keluarga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha (Destari, 2019). Hal serupa juga sesuai dengan penelitian Anita Wiani, Eeng Ahman dan Amir Machmud (2018) bahwa lingkungan keluarga memiliki pengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha. Berdasarkan hasil hipotesis dan analisis deskriptif mengenai variabel lingkungan keluarga, meskipun rata-rata keluarga mahasiswa FEBI UINSU Medan yang menjadi responden tidak berlatar belakang wirausahawan, tidak memberikan pendidikan kewirausahaan, dan juga tidak memberikan dukungan dari sisi modal tetapi mayoritas keluarga mereka mendukung untuk menjadi wirausahawan, hal ini dikarenakan keluarga percaya atas keputusan yang dipilih anak-anak untuk masa depan mereka (Wiani et al., 2018).

### **Pengaruh Media Sosial (X4) Terhadap Minat Berwirausaha (Y)**

Dan pengujian hipotesis yang terakhir menunjukkan bahwa variabel media sosial tidak memiliki pengaruh terhadap minat berwirausaha dan mengartikan bahwa hipotesis penelitian ini ditolak. Hal ini menjelaskan bahwa media sosial hanya digunakan sebagai sarana komunikasi dalam berwirausaha bukan sebagai alat atau faktor pendorong minat berwirausaha. Hal ini dianggap wajar karena responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang merupakan generasi Z. Generasi Z adalah generasi yang lahir antara tahun 1997-2012 setelah generasi milenial, yang mana generasi Z sangat erat dengan sosial media dalam keseharian. Sehingga media sosial bukan suatu hal yang baru bagi responden dan oleh karena itu media sosial tidak termasuk kedalam faktor pendorong minat berwirausaha dalam penelitian ini. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Tio Prasetyo (2020) bahwa variabel penggunaan media sosial tidak berpengaruh secara signifikan dan memiliki korelasi positif terhadap minat berwirausaha. Manfaat media sosial sebagai media untuk memasarkan produk belum dapat dipahami secara maksimal oleh responden dikarenakan media sosial lebih banyak digunakan oleh generasi Z yang menjadi responden sebagai networking pertemanan atau ajang have fun (Prasetyo, 2020) dan sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Reni Hariyani dan Arief Wibowo (2020) bahwa media sosial juga tidak berpengaruh secara signifikan tetapi memiliki korelasi positif terhadap minat berwirausaha (Hariyani & Wibowo, 2020) dan diperkuat oleh penelitian Eka Astra Susilawaty bahwa media sosial tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha dan juga alfaruk (2016) menjelaskan bahwa mayoritas media sosial digunakan untuk menjalin relasi, pertemanan atau untuk bersenang-senang dan pamer (Susilawaty, 2022). Sedangkan penelitian dilakukan Brian

Kumara (2020) menyatakan sebaliknya yaitu variabel media sosial berpengaruh secara signifikan terhadap minat berwirausaha (Kumara, 2020) dan juga selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Fransiska Puspita Widiati, dan Tri Lestira Putri Warganegara bahwa media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha (Fransiska Puspita Widiati, 2022).

## KESIMPULAN

Adapun kesimpulan dari penelitian ini adalah pertama, responden dengan jenis kelamin perempuan menjadi responden terbanyak dengan persentase 64,8%, asal jurusan responden yang mendominasi penjawab adalah jurusan Ekonomi Islam dengan persentase 30,1% dan responden yang berada di semester VII yang menjadi penjawab terbanyak dalam penelitian ini dengan 40,3%. Kedua, penjelasan uji Inner Model dengan nilai t-table sebesar 2.25 dengan rincian nilai tvalue dari setiap variabel sebagai berikut : hipotesis pertama bernilai t-value 3.873 > t-table 2.25, hipotesis kedua bernilai t-value 5.206 > t-table 2.25, hipotesis ketiga bernilai t-value 5.398 > t-table 2.25 sehingga dapat disimpulkan ketiga variabel terikat yaitu pengetahuan kewirausahaan, motivasi dan lingkungan keluarga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha sedangkan variabel media sosial dengan nilai t-tabel 0.403 < t-table 2.25.

## Daftar Pustaka

- Abdillah, W. (2018). Metode Penelitian Terpadu Sistem Informasi Pemodelan Teoritis, Pengukuran dan Pengujian Statistik. Penerbit Andi.
- Abid Mahtarom, Hery Suprpto, M. J. A. (2021). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Lingkungan Keluarga, Efikasi Diri, Sikap Mandiri, Kreativitas dan Motivasi terhadap Minat Berwirausaha di Masa Kebiasaan Baru pada Anggota Pelita Akademi Lamongan. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)*, 6(1), 16–26. <https://journal.stieken.ac.id/index.php/penataran/article/view/511/573>
- Agusmiati, D. dan A. W. (2018). Pengaruh Lingkungan Keluarga, Pengetahuan Kewirausahaan, Kepribadian dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha dengan Self Efficacy sebagai Variabel Moderating. *Economic Education Analysis Journal*, 7(3).
- Agustina, I. A. P. & T. S. (2019). Latar Belakang Keluarga Wirausaha Dan Niat Untuk Berwirausaha. *Jurnal Festival Riset Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi*, ISSN: 2614-668.
- Anatasia, A. (2021). Bahlil Lahadalia 83% Mahasiswa Ingin Jadi Karyawan. *Detik.Com*. <https://www.detik.com/edu/edutainment/d-5658502/bahlil-lahadalia-83-mahasiswa-inginjadi-karyawan>
- Angri Aputra, Sukmawati, N. A. (2022). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Lingkungan Pergaulan, dan Media Sosial, Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa UKM Kewirausahaan Universitas Muslim Indonesia. *Jurnal Tata Kelola(JTK)*, 9(1), 107–125. <http://pasca-umi.ac.id/index.php/jms>
- Anugrah Putra Rahmansyah, H. M. D. A. R. S. (2021). Pengaruh Motivasi Berwirausaha Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Pada Mahasiswa Ekonomi Islam Semester VI Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Negeri Sumatera Utara). *Jurnal Manajemen Akuntansi (JUMSI)*, 01 No 02(E-ISSN: 2774-4221), 258.
- Candra Wijayangka, Budi Rustandi Kartawinata, dan B. N. (2018). Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Telkom. 8(1), 75.
- Destari, D. L. (2019). Pengaruh Sosial Media dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha pada Ibu Kader Kecamatan Tanjung Morawa. Universitas Sumatera Utara.
- Dudung Abdullah, F. R. S. (2019). Pengaruh Motivasi dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat berwirausaha (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka). *Co-Management*, 1(3), 316–331. <https://journal.ikopin.ac.id/index.php/comanagement/article/view/124/100>
- Fauzi, M. (2019). Pengaruh Media Sosial, Pengetahuan Kewirausahaan Dan Motivasi Berwirausaha Terhadap Minat Berwirausaha. Universitas Pelita Bangsa.

- Fransiska Mulyani Sucipto, S., & Sari, F. A. (2022). Analisis Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa FKIP Universitas Riau. *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Pendidikan*, Vol. 9 No. (2722–4627), 873.
- Fransiska Puspita Widiati, T. L. P. W. (2022). Pengaruh Media Sosial, Motivasi dan Bisnis Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha. *SIBATIK JOURNA*, 1(10), 2003–2012. <https://doi.org/https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i10.296>
- Ghozali. (2012). *Partial Least Squares : Konsep dan Aplikasi Menggunakan Program PLS 2.0 M3*. Badan Penerbit UNDIP.
- Gultom, E. (2021). Pengaruh E-Commerce, Pengetahuan Kewirausahaan dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program S1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Riau Pekanbaru). *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 2(ISSN 2716-4128), 40–46.
- Hariyani, R., & Wibowo, A. (2020). Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial, Motivasi dan Pengetahuan Bisnis Terhadap Minat Berwirausaha. *SEMINAR NASIONAL Dinamika Informatika 2020 Universitas PGRI Yogyakarta*, 112–118. <http://prosiding.senadi.upy.ac.id/index.php/senadi/article/view/137/129>
- Harti, H. M. J. dan. (2021). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Sikap Mandiri Terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(3), 1363–1369.
- Hendrawan, Josia Sanchaya, H. S. (2017). Pengaruh Sikap Mandiri, Motivasi, Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB UKSW Konsentrasi Kewirausahaan). *AJIE- Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 02 No 03(E-ISSN : 2477-0574), 296.
- Ika Indriyani, S. (2019). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Melalui Self-Efficacy. *Economic Education Analysis Journal*, 8(2), 470– 484. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v8i2.31493>
- Imam Ghozali, H. L. (2014). *Partial Least Squares konsep, teknik dan Aplikasi Menggunakan Program Smart PLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. Badan Penerbit UNDIP.
- Indrawati. (2017). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis: Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*.
- Indroworo, H. . (2016). Menumbuhkan Jiwa Wirausaha Melalui Peran Sosial Media. *Jurnal Informatika Upgris*, 02(01), 45–55. <https://doi.org/10.26877/jiu.v2i1.1067>
- Khoirun Nisa, I. M. (2020). Pengaruh Atribut Personal, Lingkungan Keluarga, dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Conomic Education Analysis Journal*, 9(1), 84–99. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v9i1.37229>
- Kumara, B. (2020). Analisis Faktro yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha dengan Menggunakan Media Sosial. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 06(1).
- Kurnia Dede, K. & C. F. (2018). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Dan Efikasi Diri Terhadap Minat Wirausaha. 06 No 02(E-ISSN: 2442-9449).
- Mardiah. (2021). *Kewirausahaan*. Yayasan Kita Menulis.
- Marliyah, Muhammad Yafiz, Budi Darma, A. M. B. S. (2022). Analisi Kebutuhan Industri Keuangan Syariah Terhadap Kompetensi Luaran Pendidikan Tinggi Islam. *Human Falah*, Volume 9., 10.
- Muhammad, E. S. dan M. (2022). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Lingkungan Keluarga dan Locus Of Control Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Akuntansi. *Journal of Management and Accounting*, 5(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.52166/j-macc.v5i2.3480>
- Nawary Saragih, Saut Purba, B. P. (2022). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Kepribadian Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Santo Thomas Medan. *JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS (JMB)*, 22(2), 414–428. [http://ejournal.ust.ac.id/index.php/JIMB\\_ekonomi](http://ejournal.ust.ac.id/index.php/JIMB_ekonomi)

- Prasetio, T. (2020). Analisis Pengaruh Penggunaan Media Sosial, Motivasi Intrinsik dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Sekretari & Administrasi (Serasi)*, 18, No 1, 43. <https://journal.budiluhur.ac.id/index.php/serasi/article/view/1040/823>
- Rachmawati, H., & Subroto, W. T. (2022). Pengaruh Lingkungan Keluarga, Pengetahuan Kewirausahaan Dan Motivasi Berwirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Economic: Jurnal Ilmiah Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan*, 10(1), 56–67. <http://jurnal.ugj.ac.id/index.php/Economic/article/view/6236>
- Rahmat Jumadi, N. H. M. (2022). Pengaruh Media Sosial, Pendidikan Kewirausahaan, Ekspektasi Pendapatan, Dan Religiusitas Terhadap Minat Bisnis. *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, 3(2), 115–128. <https://doi.org/10.31000/almaal.v3i2.5270>
- Rusdiana, A. (2014). *Kewirausahaan Teori Dan Praktik*. Pustaka Setia.
- Sahroh, A. F. (2018). Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Tingkat Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Di Universitas Negeri Surabaya. *JUPE*, 06 No 03, 208–215.
- Sapitri, N. A. E. & S. R. F. (2020). Pengaruh E-Commerce Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Pedagang Online Di Kota Makassar Dalam Perspektif Islma. *Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, ISSUE, 04 No 01.
- Sari, O. E. P. dan R. M. (2020). Pengaruh Motivasi dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Bisnis Manajemen Dan Ekonomi*, 18 No. 02,(1693–8305), 297. <http://journal.widyatama.ac.id/index.php/jbme/article/view/682/519>
- Statistik, B. P. (2021). Pengangguran Terbuka Menurut Pendidikan Tertinggi yang Ditamatkan (Orang) 2020-2021. Badan Pusat Statistik. <https://www.bps.go.id/indicator/6/674/1/-penagngguran-terbuka-menurut-pendidikan-tertinggi-yang-ditamatkan.html>
- Supriaman, S. (2019). Kepribadian Wirausaha, Pengetahuan Kewirausahaan, Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Politeknik LP3I Jakarta. *Jurnal Lentera Bisnis*, 8(1), 65–83. <http://plj.ac.id/ojs/index.php/jrlab/article/view/266/250>
- Susilawaty, E. A. (2022). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dan Media Sosial Terhadap Minat Berwirauaha Mahasiswa. *Journal of Business Administration*, 2, No 1. J(ISSN : 2275-1279), 12.
- Wahyuni, S. J. & D. U. (2018). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Sikap Mandiri Terhadap Minat Berwirausaha. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, Volume 7, 14.
- Wiani, A., Ahman, E., & Machmud, A. (2018). Pengaruh Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Peserta Didik Smk Di Kabupaten Subang. *Jurnal MANAJERIAL*, 17(2), 227. <https://doi.org/10.17509/manajerial.v17i2.11843>
- Yasin, A. F. (2022). Berwirausaha , E-Commerce , Dan Penggunaan Sosial Media Terhadap Minat Berwirausaha Pasca Pandemi Covid- 19 Pada Wanita Generasi Z Di Kota Medan. 3(1), 1–8.
- Yasin Fitrianto, G. S. (2020). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Dan Motivasi Berwirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Padamahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomiuniversitassurakarta. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia*, 14(2). <https://ejournal.unisri.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/4163>
- Yunsepa, L. K. dan Y. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa Pada STIE Dwi Sakti Baturaja. *KOLEGIAL*, 08 No 02(E-ISSN: 2614-008X)