

**PENGARUH KEPERCAYAAN DIRI, PERSEPSI RESIKO, DAN
PERKEMBANGAN MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT
BERWIRAUSAHA PADA MAHASISWA DI KOTA PURWOKERTO**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana (S.E.)

Oleh:

VINA OKTAVIA

NIM. 2017201174

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI
PURWOKERTO**

2024

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Vina Oktavia

NIM : 201720174

Jenjang : S1

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program studi : Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : Pengaruh Kepercayaan Diri, Persepsi Resiko, dan Perkembangan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa di Kota Purwokerto

Menyatakan bahwa naskah ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/ karya sendiri pada bagian-bagian yang di rujuk sumbernya.

Purwokerto, 24 Oktober 2024



Vina Oktavia
NIM. 2017201174



LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**PENGARUH KEPERCAYAAN DIRI, PERSEPSI RESIKO, DAN
PERKEMBANGAN MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT BERWIRUSAHA
PADA MAHASISWA DI KOTA PURWOKERTO**

Yang disusun oleh Saudara **Vina Oktavia NIM 2017201174** Program Studi **S-1 Ekonomi Syariah** Jurusan **Ekonomi dan Keuangan Syariah** Fakultas **Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto**, telah diujikan pada hari **Kamis, 31 Oktober 2024** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji

Prof. Dr. H. Fathul Aminudin Aziz, M.M.
NIP. 19680403 199403 1 004

Sekretaris Sidang/Penguji

Dr. M. Sulasih, S.E., M.Si
NIP. 19800119 202321 2 017

Pembimbing/Penguji

Ryan Fahmi Hikmat, S.E., M.M.
NIP. 19920328 202012 1 005

Purwokerto, 6 November 2024

Mengesahkan
Dekan.



Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.
NIP. 19730921 200212 1 004

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
Di -
Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi dan saudara Vina Oktavia NIM. 2017201174 yang berjudul :

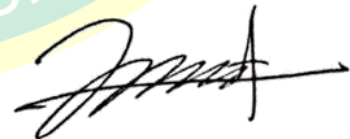
Pengaruh Kepercayaan Diri, persepsi Resiko, dan Perkembangan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa di Kota Purwokerto

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diajukan dalam rangka memperoleh gelar sarjana dan Ilmu Ekonomi Syariah (S.E).

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Purwokerto, 24 Oktober 2024

Pembimbing,



Ryan Fahmi Hikmat, S.E. MM.
NIP. 19920328 202012 1 005

MOTTO

“Terus Berusaha dan pantang menyerah dalam menghadapi segala hal”

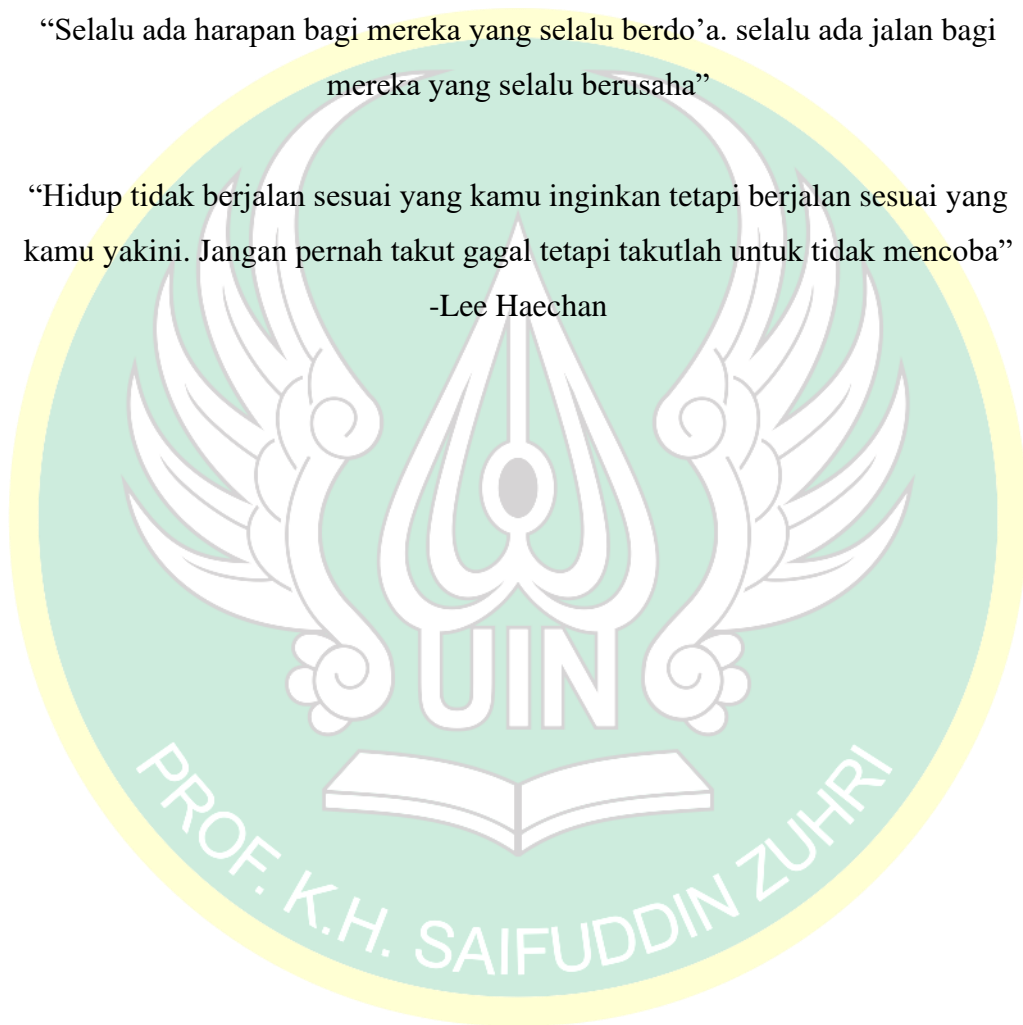
“Dan bersabarlah kamu, sesungguhnya janji Allah adalah benar”

(Q.S. Ar-Rum: 60)

“Selalu ada harapan bagi mereka yang selalu berdo’a. selalu ada jalan bagi mereka yang selalu berusaha”

“Hidup tidak berjalan sesuai yang kamu inginkan tetapi berjalan sesuai yang kamu yakini. Jangan pernah takut gagal tetapi takutlah untuk tidak mencoba”

-Lee Haechan



THE INFLUENCE OF SELF-CONFIDENCE, RISK PERCEPTION, AND-SOCIAL MEDIA DEVELOPMENT ON INTEREST IN ENTREPRENEURSHIP AMONG STUDENTS IN THE CITY OF PURWOKERTO

Vina Oktavia

NIM. 2017201174

Email : vinaoktavia0110@gmail.com

Sharia Economics Study Program, Faculty of Economics and Islamic Business, State Islamic University, Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRACT

Population growth in Indonesia continues to increase but is not matched by the availability of jobs, causing high unemployment rates which lead to increasing poverty rates. In the field of education, almost every university currently has entrepreneurship courses and programs with the hope of being an agent of change in the future so that the number of entrepreneurs will increase in Indonesia. There are so many factors that can influence interest in entrepreneurship, some of which include self-confidence, risk perception, and social media. Self-confidence is the belief that a person has in something, this factor is important in entrepreneurship which will show a person's confidence in being successful in entrepreneurship. Then, risk perception is also closely related to responsibility and courage to face entrepreneurial risks. The development of social media in the digital era will make entrepreneurship easier because various information is easy to obtain nowadays. This research aims to determine the influence of Self-Confidence, Risk Perception, and Social Media Development on Entrepreneurial Interest among students in the city of Purwokerto. This research uses a quantitative approach with a simple random sampling technique involving 100 respondents. The data collection technique in this research uses a questionnaire, the data is processed using multiple linear regression with the help of SPSS software. The partial research results show that the Self-Confidence variable has a significant effect on students' Entrepreneurial Interest. The Risk Perception variable does not have a significant effect on Interest in Entrepreneurship. Then the Social Media Development variable has a significant effect on students' entrepreneurial interest

Keywords: Self-Confidence, Risk Perception, Social Media, Entrepreneurship

PENGARUH KEPERCAYAAN DIRI, PERSEPSI RESIKO, DAN PERKEMBANGAN MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA PADA MAHASISWA DI KOTA PURWOKERTO

Vina Oktavia

NIM. 2017201174

Email : vinaoktavia0110@gmail.com

Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRAK

Pertumbuhan penduduk di Indonesia yang terus meningkat tetapi tidak diimbangi dengan ketersediaan lapangan pekerjaan menyebabkan tingginya angka pengangguran yang berujung pada meningkatnya angka kemiskinan. Dalam bidang pendidikan saat ini hampir setiap universitas memiliki mata kuliah dan program kewirausahaan dengan harapan dapat menjadi agen perubahan di masa mendatang agar jumlah wirausahawan semakin banyak di Indonesia. Begitu banyak faktor yang dapat mempengaruhi minat berwirausaha beberapa diantaranya ada kepercayaan diri, persepsi resiko, dan media sosial. Kepercayaan diri merupakan keyakinan yang dimiliki seseorang terhadap suatu hal, faktor ini penting dalam berwirausaha yang akan menunjukkan keyakinan seseorang untuk sukses berwirausaha. Kemudian, persepsi resiko juga berkaitan erat dengan tanggung jawab dan keberanian menghadapi resiko wirausaha. Perkembangan media sosial juga di era digital akan memudahkan dalam berwirausaha karena informasi yang beragam mudah didapat saat ini. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kepercayaan Diri, Persepsi Resiko, dan Perkembangan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha pada mahasiswa di kota Purwokerto. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik simple random sampling yang melibatkan 100 responden. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuisioner (angket), data di olah menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan softwear SPSS. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan pada variabel Kepercayaan Diri berpengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha mahasiswa. Variabel Persepsi Resiko tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha. Kemudian pada variabel Perkembangan Media Sosial berpengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha mahasiswa.

Kata Kunci: Kepercayaan Diri, Persepsi Resiko, Media Sosial, Wirausaha

PEDOMAN TRANS LITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penelitian skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI. Nomor 158/1987 dan Nomor : 0543b/U/1987.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	ba'	b	be
ت	ta'	t	te
ث	sa	š	es (dengan titik diatas)
ج	jim	j	je
ح	ha	h	ha (dengan garis dibawah)
خ	kha'	kh	ka dan ha
د	dal	d	de
ذ	zal	z	ze (dengan titik diatas)
ر	ra'	r	er
ز	zai	z	zet
س	sin	s	es
ش	syin	sy	es dab ya
ص	šad	<u>s</u>	es (dengan garis dibawah)
ض	d'ad	<u>d</u>	de (dengan garis dibawah)
ط	ṭa	<u>t</u>	te (dengan garis dibawah)
ظ	za	<u>z</u>	zet (dengan daris dibawah)
ع	'ain	'	koma terbalik diatas
غ	gain	g	ge
ف	fa'	f	ef
ق	qaf	q	qi
ك	kaf	k	ka
ل	lam	l	'el
م	mim	m	'em
ن	num	n	'en
و	waw	w	w
ه	ha'	h	ha
ء	hamzah	'	apostrof
ي	ya'	y	ye

B. Konsonan Rangkap karena syaddah ditulis rangkap

عدة	Ditulis	'iddah
-----	---------	--------

C. Ta'marbutah diakhir kata bila dimatikan ditulis h

جزية	Ditulis	Jizyah
------	---------	--------

(Ketentuan ini tidak diperlakukan pada kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam Bahasa Indonesia, seperti zakat, shalat, dan sebagainya, kecuali bila dikehendakinya merupakan lafal asli).

1. Bila diikuti dengan kata sandang "al" serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كرامةالولياء	Ditulis	<i>Karamah al-auliya</i>
--------------	---------	--------------------------

2. Bila *ta'marbutah* hidup atau dengan harakat, *fathah* atau *kasrah* atau *dammah* ditulis dengan t.

زكاةلفطر	Ditulis	<i>Zakatal-fitr</i>
----------	---------	---------------------

D. Vokal pendek

◌َ	<i>Fathah</i>	Ditulis	a
◌ِ	<i>Kasrah</i>	Ditulis	i
◌ُ	<i>Dammah</i>	Ditulis	u

E. Vokal panjang

1.	<i>Fathah</i> +alif	Ditulis	a
	جاهلية	Ditulis	jâhiliyyah
2.	<i>Fathah</i> +ya'mati	Ditulis	a
	تنس	Ditulis	tansâ
3.	<i>Kasrah</i> +ya'mati	Ditulis	i
	كريم	Ditulis	karîm
4.	<i>Dammah</i> +wawumati	Ditulis	u
	فروض	Ditulis	furrûd

F. Vokal rangkap

1.	<i>Fathah</i> + <i>ya'</i> mati	Ditulis	ai
	بينكم	Ditulis	bainakum
2.	<i>Fathah</i> + <i>wawu</i> mati	Ditulis	au
	قول	Ditulis	Qaul

G. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata yang dipisah apostrof

أنتم	Ditulis	<i>a'antum</i>
أعدت	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لعن شكرت	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

H. Kata sandang alif-lam

1. Bila diikuti huruf *qomariyah*.

القياس	Ditulis	<i>Al-Qiyas</i>
القرآن	Ditulis	<i>Al-Qur'an</i>

2. Bila diikuti haruf *syamsiyah* ditulis dengan menggunakan harus *syamsiyah* yang mengikutinya, serta menggunakan huruf I (el)-nya.

السماء	Ditulis	<i>as-samâ'</i>
الشمس	Ditulis	<i>Asy-syams</i>

I. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya

ذوي الفروض	Ditulis	<i>zawi al-furûd</i>
اهل السنة	Ditulis	<i>Ahlah-Sunnah</i>

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Sholawat dan salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW, sebagai seorang pemimpin yang patut dicontoh dan diteladani bagi umat dan para sahabatnya.

Atas nikmat yang telah Allah SWT berikan, penulis dapat menyelesaikan skripsi berjudul “Pengaruh *E-WOM*, *E-Trust*, dan *Islamic E-Service Quality* Terhadap Intensitas Pembelian di *Platform* Lazada (Studi Kasus Mahasiswa Kota Purwokerto)”. Dimana dalam pengerjaannya penulis senantiasa diberikan kemudahan oleh-Nya.

Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang sangat terbatas dan amat jauh dari kata sempurna, sehingga tanpa bantuan, bimbingan, motivasi, dan petunjuk dari berbagai pihak. Maka sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa syukur, peneliti berterimakasih pada:

1. Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag., Rektor Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Prof. Dr. H. Suwito, M.Ag., Wakil Rektor I Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Prof. Dr. H. Sulkhan Chakim, M.M., Wakil Rektor II Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Prof. Dr. H. Sunhaji M.Ag., Wakil Rektor III Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Dr. H. Jamal Abdul Aziz., M.Ag., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

6. Dr. H. Akhmad Faozan, Lc, M.Ag., Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
7. Prof. Dr. Hj. Tutuk Ningsih, M.Pd., Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
8. Dr. H. Chandra Warsito, M.Si., Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
9. Dr. H. Sochimin, Lc., M.Si., Koodinator Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
10. Ryan Fahmi Hikmat, S.E., MM., selaku Dosen Pembimbing skripsi. Penulis mengucapkan banyak terimakasih atas kesediaan bapak telah menjadi dosen pembimbing. Terimakasih atas segala bimbingan, arahan, masukan, motivasi dan waktu yang telah diberikan dalam proses penyusunan skripsi ini. Semoga bapak senantiasa diberikan kesehatan, keselamatan, dan kemudahan oleh Allah SWT.
11. Segenap Dosen dan Staff Administrasi Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
12. Teruntuk orang tua tercinta terima kasih atas kasih sayangnnya selama ini, terima kasih telah memberikan pendidikan yang terbaik sampai saat ini, senantiasa memberikan arahan dan semangat atas semua yang saya lalui dengan segala doa dan upaya, dukungan material yang telah diberikan. Semoga Allah SWT membalas segala kebaikan dan selalu diberikan perlindungan dan kesehatan dan kemudahan oleh Allah SWT.
13. Teman-teman seperjuanganku Sobat Rusuh (Restiana, Amallia, Dena), terima kasih banyak telah menjadi teman seklaigus keluarga bagi penulis. Terima kasih atas motivasi dan semangat yang selama ini

selalu saling kalian berikan satu sama lain. Semoga segala urusan kalian dipermudah dan menjadi manusia yang sukses dunia akhirat.

14. Teman-teman seperjuanganku Lily, Kayyis, Meliyana, Leni, Vina Trinafandi, terimakasih atas kebersamaan yang telah diberikan. Terima kasih telah menjadi tempat berbagi pikirandan selalu memberikan semangat dan motivasi.
15. Untuk Lily teman kost seperjuangan owner Ourcraft yang selalu saling menjadi tempat berbagi keluh kesah, semangat dan motivasi. Semoga selalu diberikan Kesehatan dan kelancaran kedepannya. Semoga Ourcraft bisa semakin sukses dan dikenal banyak orang.
16. Untuk Lee Haechan, dan 24 member NCT lainnya selaku idola terima kasih telah menjadi penyanyi dengan karya-karya lagu yang indah selalu menemani hari-hari penulis dan menjadi semangat serta motivasi bagi penulis selama menyelesaikan tugas akhir ini.
17. Keluarga besar Ekonomi Syariah D 2020 yang telah memberikan banyak pengalaman di bangku perkuliahan. Terima kasih atas kebersamaannya.
18. Serta semua pihak yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu yang telah membantu penulis menyelesaikan skripsi.

Purwokerto, 24 Oktober 2024



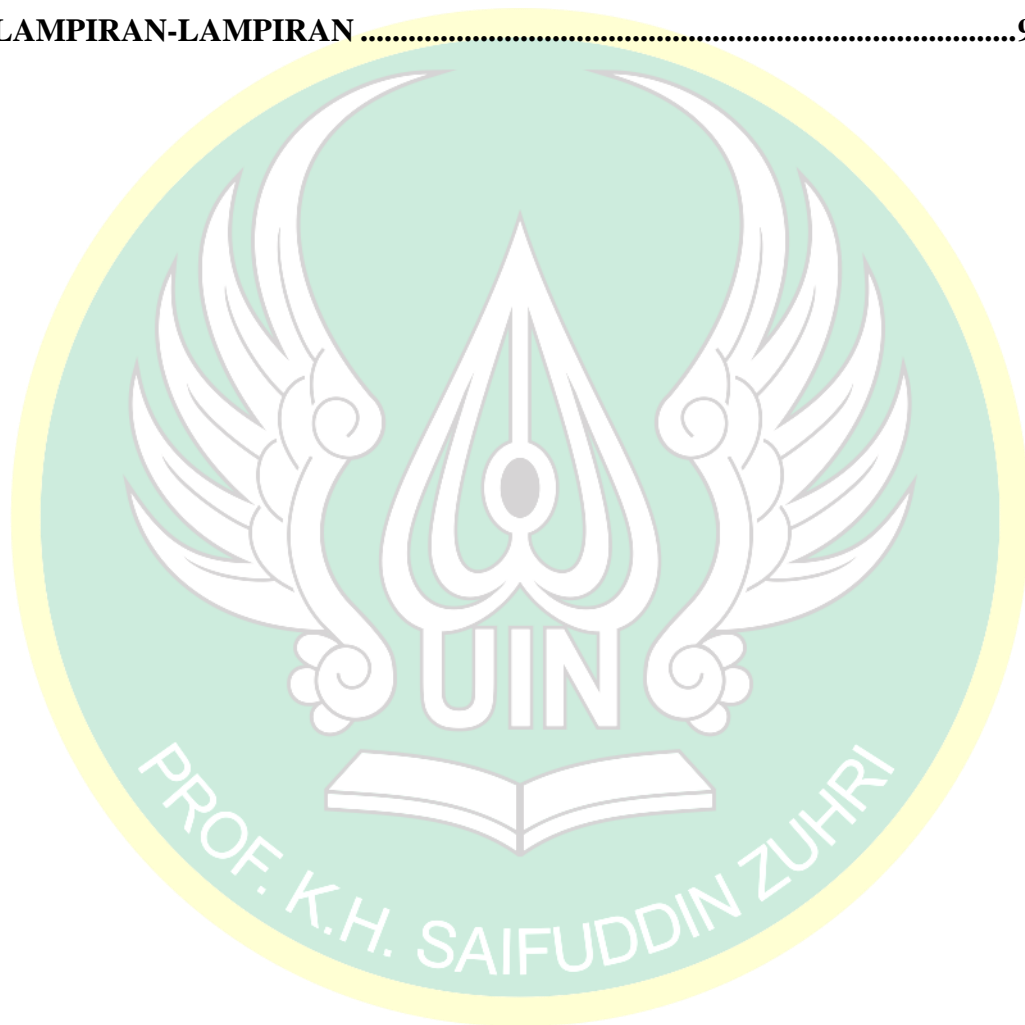
Vina Oktavia

NIM. 2017201174

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iii
MOTTO.....	iv
ABSTRACT.....	v
ABSTRAK.....	vi
PEDOMAN TRANS LITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA	vii
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
A. Kajian Pustaka	10
B. Kajian Teori.....	13
C. Landasan Teologis.....	25
D. Kerangka Berpikir	27
E. Hipotesis	27
BAB III METODE PENELITIAN	31
A. Jenis Penelitian	31
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	31
C. Populai dan Sampel Penelitian.....	32
D. Variabel dan Indikator Penelitian	34
E. Pengumpulan Data Penelitian.....	37
F. Analisis Data Penelitian	39
BAB IV PEMBAHASAN	48
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	48

B.	Deskripsi Karakteristik Responden	55
C.	Hasil Penelitian	58
D.	Pembahasan Hasil Penelitian	76
BAB V PENUTUP		84
A.	Kesimpulan	84
B.	Saran.....	85
DAFTAR PUSTAKA		86
LAMPIRAN-LAMPIRAN		90



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Penduduk Indonesia	1
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	10
Tabel 3. 1 Data Jumlah Mahasiswa Berdasarkan Instansi	33
Tabel 3. 3 Indikator Penelitian	35
Tabel 3. 4 Skala Likert	38
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Universitas	56
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Kepemilikan Wirausaha	57
Tabel 4. 4 Analisis Uji Deskriptif	58
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas	61
Tabel 4. 6 Hasil Uji Reliabilitas	63
Tabel 4. 7 Hasil Uji Normalitas	64
Tabel 4. 8 Hasil Uji Multikolinearitas	65
Tabel 4. 9 Hasil Uji Heterokedastisitas	67
Tabel 4. 10 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	69
Tabel 4. 11 Hasil Uji t	72
Tabel 4. 12 Hasil Uji F	74
Tabel 4. 13 Hasil Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R Square)	75

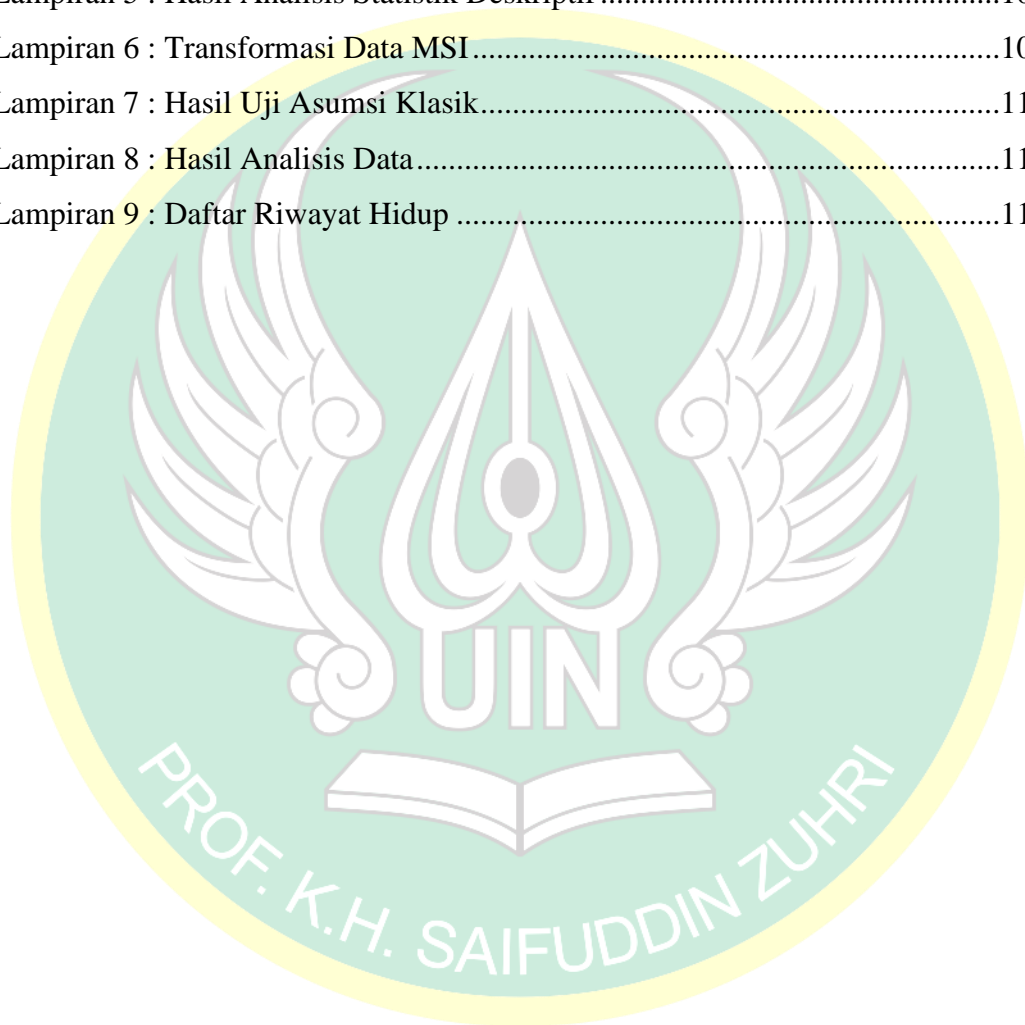
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah UMKM di Indonesia.....	2
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir.....	27
Gambar 4. 1 Logo UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri	50
Gambar 4. 2 Logo Universitas Jendral Soedirman	51
Gambar 4. 3 Logo Universitas Muhammadiyah Purwokerto	52
Gambar 4. 4 Logo Universitas Wijaya Kusuma Purwokerto.....	53
Gambar 4. 5 Logo Universitas AMIKOM Purwokerto	54
Gambar 4. 6 Logo Universitas Nahdlatul Ulama Purwokerto	54
Gambar 4. 7 Logo Universitas Bina Sarana Informatika Purwokerto	55
Gambar 4. 8 Hasil Uji Linieritas Scatterplot.....	68



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuisisioner Penelitian	91
Lampiran 2 : Tabulasi Data.....	98
Lampiran 3: Hasil Uji Validitas	102
Lampiran 4 : Hasil Uji Reliabilitas	105
Lampiran 5 : Hasil Analisis Statistik Deskriptif	106
Lampiran 6 : Transformasi Data MSI.....	107
Lampiran 7 : Hasil Uji Asumsi Klasik.....	111
Lampiran 8 : Hasil Analisis Data.....	113
Lampiran 9 : Daftar Riwayat Hidup	114



BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan salah satu negara yang masuk ke dalam daftar negara dengan jumlah penduduk tertinggi di dunia. Pertumbuhan penduduk saat ini terus meningkat bukan hanya di Indonesia tetapi juga dialami oleh berbagai negara dibelahan dunia. Di Indonesia tingkat pertumbuhan penduduk terbilang cukup tinggi dan menjadi masalah utama yang dikhawatirkan akan berdampak pada aspek kehidupan lainnya seperti aspek sosial maupun aspek ekonomi terutama dalam hal peningkatan mutu serta kualitas penduduk dan sumber daya manusia.

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah penduduk Indonesia diproyeksikan sebanyak 278,70 juta jiwa pada tahun 2023. Jumlah tersebut tentunya mengalami peningkatan dibandingkan pada tahun lalu yaitu sebesar 275,77 juta jiwa.

Tabel 1. 1
Jumlah Penduduk Indonesia

Jumlah Penduduk Pertengahan Tahun (Ribuan Jiwa)			
Indonesia	2022	2023	2024
Indonesia	275.773,8	278.696,2	281.603,8

Sumber: Data Badan Pusat Statistik (BPS)

Berdasarkan data *trading economy*, Indonesia adalah negara dengan tingkat pengangguran tertinggi kedua di Asia Tenggara tahun ini. Tercatat, tingkat pengangguran di dalam negeri mencapai 5,45% pada Februari 2023. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), angka pengangguran tersebut di Indonesia sudah mengalami penurunan dibanding pada Februari 2022 yang mencapai 5,83%. Selain itu, BPS juga mencatat, jumlah pengangguran di Indonesia mencapai 7,99 juta orang pada Februari 2023, yang menunjukkan

adanya penurunan angka pengangguran sekitar 410 ribu orang dibanding Februari 2022.

Menurut Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia dalam siaran pers nya, sektor UMKM memiliki kontribusi yang besar dalam perekonomian Indonesia dimana memiliki jumlah lebih dari 64,2 juta unit usaha, menyumbang 61,9% pada Produk Domestik Bruto (PDB) atau senilai 9.580 triliun dan menyerap 97% terhadap tenaga kerja. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UMKM pada tahun 2023, Indonesia memiliki 65,5 juta UMKM dari keseluruhan unit yang apabila dibandingkan dengan tahun sebelumnya mengalami peningkatan sebesar 1,7% (KEMENKOPUKM, 2024). Namun demikian, UMKM di Indonesia menghadapi berbagai tantangan seperti akses pembiayaan, pemasaran, dan daya saing serta produktivitas. Kendala utama yang dihadapi khususnya masyarakat miskin dan UMKM adalah *nonbankable*, di mana mereka tidak dapat memenuhi persyaratan bank, untuk itu perlu adanya pemberdayaan UMKM (Suharti, 2018). Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Kemkop UKM) mencatat sebanyak 25,4 juta UMKM masuk ke dalam ekosistem digital pada 2023, atau meningkat 21,38 persen dibandingkan tahun sebelumnya. Pemanfaatan teknologi digital juga sesuatu yang harus dilakukan oleh pelaku usaha untuk mengembangkan usaha

Gambar 1. 1 Jumlah UMKM di Indonesia



Sumber: Website Kemkop UKM

Melalui adanya peningkatan kontribusi sektor UMKM pada perekonomian negara menunjukkan bahwa UMKM menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia dan memiliki peranan penting menciptakan lapangan pekerjaan. Menurut GEDI (*Global Entrepreneurship Development Institution*) pada Tahun 2019 menunjukkan bahwa posisi Indonesia dalam bidang kewirausahaan global masuk dalam strata menengah. Indonesia menempati peringkat 75 dari 137 negara, di bawah Vietnam. Namun, hal tersebut apabila dibandingkan dengan perolehan tahun 2018, kewirausahaan Indonesia mengalami peningkatan dari skor 21.0 pada Tahun 2018 menjadi 26.0 pada Tahun 2019 terdapat selisih peningkatan sebesar 5.0 pada tahun berikutnya (Ács et al., 2015)

Dengan terjadinya laju pertumbuhan yang terus meningkat disuatu negara secara tidak langsung memberi pengaruh terhadap tingkat pertumbuhan ekonomi pada negara tersebut. Pertumbuhan jumlah penduduk yang akan ikut mempengaruhi penambahan angkatan kerja yang justru dapat berpotensi menjadi penyebab meningkatnya angka pengangguran. Fenomena pengangguran tersebut bisa terjadi karena adanya tekanan demografis dengan jumlah dan komposisi angkatan kerja yang besar. Selain itu juga ketersediaan lapangan kerja menjadi salah satu yang memicu tingkat pengangguran karena pertumbuhan penduduk yang kian meningkat tetapi tidak dibarengi dengan ketersediaan lapangan kerja yang memadai akan sangat berpotensi menimbulkan angka pengangguran yang tinggi terlebih pada usia produktif.

Menurut Schumpeter dalam (Khamimah, 2021) sebagai salah satu ekonom yang mendukung teori pertumbuhan ekonomi, *entrepreneur* sangat berperan dalam pembangunan ekonomi melalui penciptaan lapangan kerja, kesejahteraan, dan inovasi. Dunia usaha yang dibangun oleh *entrepreneur* akan mendorong pertumbuhan sektor-sektor produktif. Semakin banyak *entrepreneur* di suatu negara, semakin besar pertumbuhannya.

Sementara jumlah wirausaha di Indonesia masih sangat sedikit, yaitu sebesar 3,47 persen. Setidaknya Indonesia memerlukan 4 juta wirausaha

baru untuk menjadi negara maju. Dengan program dari pemerintah yang ingin meningkatkan jumlah wirausaha di Indonesia semakin banyak universitas yang mengadakan program kewirausahaan. Salah satu kota di Jawa Tengah yang terletak di Kabupaten Banyumas adalah Purwokerto. Purwokerto merupakan kota yang memiliki banyak perguruan tinggi baik negeri maupun swasta. Setiap tahunnya kota Purwokerto menghasilkan mahasiswa lulusan sarjana dengan jumlah yang cukup besar.

Dalam perguruan tinggi saat ini termasuk di kota Purwokerto terdapat fakultas yang mendalami dan mewadahi minat serta keahlian mahasiswa dalam bidang wirausaha yaitu Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Terdapat beberapa perguruan tinggi di kota Purwokerto yang memiliki fakultas ekonomi dan bisnis, diantaranya UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri, Universitas Jendral Soedirman, Universitas Muhammadiyah Purwokerto, Universitas Wijaya Kusuma Purwokerto, Universitas AMIKOM Purwokerto, Universitas Nahdlatul Ulama Purwokerto, dan Universitas Bina Sarana Informatika Purwokerto. Perguruan tinggi yang memiliki program maupun praktik kewirausahaan contohnya di UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto juga memiliki kegiatan Program Bisnis Mahasiswa (PBM) yang dimana salah satu tujuan diadakannya program ini juga untuk mendorong mahasiswa untuk berkarya dan berkeaktivitas menciptakan wirausaha serta menarik minat para mahasiswa untuk berwirausaha. Selain itu juga Universitas Jendral Soedirman yang mengadakan Program Mahasiswa Wirausaha (PMW) sebagai upaya menumbuhkan minat berwirausaha pada kalangan mahasiswa. Tidak hanya pengadaan program-program yang berkaitan pada praktik dalam berwirausaha guna menumbuhkan minat atau keinginan mahasiswa dalam berwirausaha tetapi juga melalui pendidikan kewirausahaan yang didapat dalam perkuliahan. Dengan mata kuliah dan program wirausaha yang dilaksanakan pada fakultas tersebut untuk mempersiapkan lulusan yang dihasilkan dari perguruan tinggi tersebut memiliki keterampilan dan jiwa wirausaha.

Fenomena yang terdapat adalah dimana mahasiswa yang telah memperoleh pengetahuan kewirausahaan dari mata kuliah perkuliahan maupun program dan praktik kewirausahaan seharusnya memperoleh pengetahuan yang dapat menjadi dasar untuk bisa diterapkan ketika berwirausaha sendiri, akan tetapi pada kenyataannya masih banyak dari mahasiswa yang beranggapan bahwa wirausaha terlalu memiliki resiko yang begitu besar dan keuntungan yang diperoleh dari kegiatan tersebut juga tidak seberapa dan tidak pasti. Mahasiswa lebih tertarik untuk mencari kerja daripada menciptakan kerja atau berwirausaha.

Akan tetapi saat ini juga semakin banyak dari kalangan mahasiswa yang telah memiliki usaha sendiri dengan menjual produk seperti aksesoris, makanan, fashion, gift dan sebagainya. Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti kepada mahasiswa ternyata banyak menemukan mahasiswa yang berjualan mereka mengatakan bahwa mereka tertarik berwirausaha karena merasa tertantang untuk bisa lebih berkembang dengan inovasi yang telah diciptakan. Selain itu berwirausaha juga tidak terikat waktu bisa lebih fleksibel dalam menjalankannya dan melatih diri untuk memiliki penghasilan dari usaha yang dirintis sendiri. Hal yang mendorong mereka untuk mencoba memiliki usaha tersebut karena kegiatan kuliah kewirausahaan yang mengarahkan mereka pada praktik secara langsung sehingga menjadi ketertarikan bagi mereka untuk melanjutkan usaha yang telah dirancang tersebut.

Faktor intrinsik dan ekstrinsik adalah dua kategori yang mempengaruhi minat berwirausaha. Faktor yang dapat mempengaruhi minat berwirausaha yaitu kepercayaan diri (Ulfah & Winata, 2021). Kepercayaan diri merupakan keyakinan yang dimiliki seseorang dalam kemampuannya untuk melakukan suatu bentuk kontrol terhadap berbagai perkembangan diri maupun kejadian yang terdapat dalam lingkungan (Bandura, 2001) Melalui keyakinan seseorang terhadap diri sendiri dalam melakukan sesuatu yang memiliki potensi untuk mengubah lingkungan sekitar menjadi lebih maju dan mencapai kesuksesan lebih dari orang lain

(Kardiana & Melati, 2019) . Hal tersebut sesuai dengan hasil penelitian dari Tata Cahyasari Kardiana dan Inaya Sari Melati (2019) , dalam penelitian yang dilakukan ia menemukan bahwa kepercayaan diri memengaruhi minat untuk berwirausaha. Seseorang yang percaya diri pasti dapat melakukan pekerjaan yang melibatkan resiko karena kepercayaan diri mampu memantapkan seseorang dalam menyelesaikan masalah. Dengan cara yang sama, seseorang yang memiliki keyakinan untuk berwirausaha pasti berani mengambil risiko dalam menjalankan usaha mereka tanpa takut mengambil resiko (Kardiana & Melati, 2019).

Faktor kedua yaitu Persepsi resiko adalah pandangan bahwa membuat keputusan memberikan konsekuensi yang harus ditanggung oleh pengambil keputusan. Seseorang yang berpendapat bahwa membuat keputusan dapat menyebabkan kerugian cenderung mempengaruhi keputusan mereka (M.P. Boland', 1991). Persepsi resiko dalam kewirausahaan, mengambil resiko berarti mengambil keputusan dengan mempertimbangkan hasil baik atau buruk yang mungkin terjadi di masa depan untuk mendukung kemajuan bisnis. Hal tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Finantyo Eddy Wibowo, Tina Nurdiani, dan Ahmad Nuh (2021) dalam penelitiannya menyatakan bahwa persepsi resiko tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha. Berdasarkan jawaban responden menunjukkan bahwa persepsi resiko disini memiliki beberapa arah persepsi seperti ada yang berhati-hati, ada yang berani, dan ada juga yang ragu-ragu dalam memutuskan minat berwirausaha (Wibowo et al., 2021)

Faktor ketiga yaitu Perkembangan media sosial. Perkembangan teknologi saat ini, generasi muda terutama mahasiswa diharapkan lebih terbuka dengan kemajuan teknologi dan informasi (IT), sehingga mereka dapat memanfaatkan perkembangan media sosial. Pola pikir masyarakat tentang berwirausaha telah diubah oleh media sosial. Dalam hal media sosial memungkinkan pemasaran produk lebih luas tanpa mengeluarkan uang yang banyak sehingga setiap orang dapat mengembangkan bisnis mereka.

Ini karena media sosial adalah alat yang harus digunakan untuk mempermudah proses berwirausaha, sehingga minat proses berwirausaha, sehingga minat berwirausaha berkorelasi dengan faktor perkembangan media sosial (Gustina et al., 2022). Hal tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Ade Nurhayati Kusumadewi (2020) dalam penelitiannya menyatakan bahwa Pemanfaatan media sosial berpengaruh terhadap minat mahasiswa dalam berwirausaha; tingkat pemanfaatan media sosial yang lebih tinggi sebanding dengan tingkat minat yang lebih besar. Peranan penting media sosial dalam memasarkan produk dengan pemanfaatan internet sangat membantu seseorang dalam berwirausaha agar dapat dijangkau oleh masyarakat luas (Nurhayati, 2020)

Berdasarkan beberapa data penelitian yang telah diuraikan diatas, terdapat perbedaan dalam variabel yang berpengaruh terhadap minat berwirausaha. Penelitian yang dilakukan oleh para peneliti dengan variabel yang sama menghasilkan hasil yang berbeda yaitu ada yang berpengaruh positif, ada yang berpengaruh negatif, ada yang berpengaruh signifikan, dan ada yang tidak berpengaruh signifikan. Dari hal tersebut terdapat reaserch gap pada variabel kepercayaan diri, dan perkembangan media sosial yang belum terdapat pada penelitian sebelumnya serta variabel persepsi resiko yang belum menunjukkan adanya pengaruh yang dihasilkan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Oleh karena itu, peneliti menentukan judul penelitian **“Pengaruh Kepercayaan Diri, Persepsi Risiko, dan Perkembangan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa di Kota Purwokerto”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah kepercayaan diri berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa di kota Purwokerto ?
2. Apakah persepsi resiko berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa di kota Purwokerto?

3. Apakah perkembangan media sosial berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa di kota Purwokerto?
4. Apakah kepercayaan diri, persepsi resiko, dan perkembangan media sosial secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa di kota Purwokerto?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang masalah serta rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengidentifikasi pengaruh dari kepercayaan diri terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa di kota Purwokerto.
2. Mengidentifikasi pengaruh dari persepsi resiko terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa di kota Purwokerto.
3. Mengidentifikasi pengaruh dari perkembangan media sosial terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa di kota Purwokerto.
4. Mengidentifikasi pengaruh secara simultan dari kepercayaan diri, persepsi resiko, dan perkembangan sosial media terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa di kota Purwokerto.

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran serta pemahaman yang lebih mendalam untuk menambah pengetahuan baru mengenai minat pada kalangan mahasiswa di kota Purwokerto dalam berwirausaha.. penelitian ini juga dapat lebih mengembangkan terkait teori dan konsep yang telah ada sebelumnya serta dapat dijadikan sebagai referensi dalam penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan intensi berwirausaha.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan wawasan pengetahuan tentang kondisi di masyarakat terutama dalam hal perekonomiannya serta memberikan gambaran yang lebih

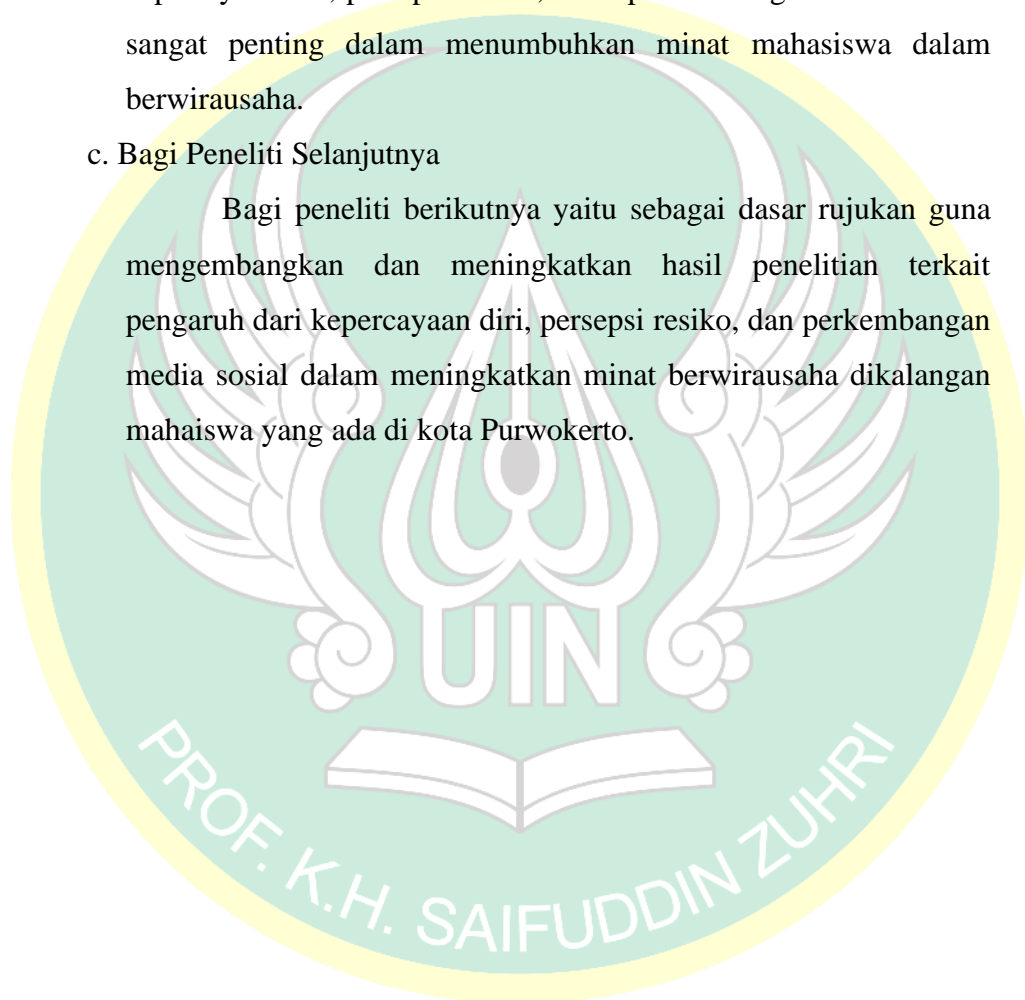
jelas mengenai minat berwirausaha pada kalangan mahasiswa yang ada di kota Purwokerto yang dipengaruhi oleh pengaruh kepercayaan diri, persepsi resiko, dan perkembangan media sosial terhadap minat berwirausaha.

b. Bagi Mahasiswa

Bagi mahasiswa yaitu memberikan informasi bahwa kepercayaan diri, persepsi resiko, serta perkembangan sosial media sangat penting dalam menumbuhkan minat mahasiswa dalam berwirausaha.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti berikutnya yaitu sebagai dasar rujukan guna mengembangkan dan meningkatkan hasil penelitian terkait pengaruh dari kepercayaan diri, persepsi resiko, dan perkembangan media sosial dalam meningkatkan minat berwirausaha dikalangan mahasiswa yang ada di kota Purwokerto.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Pustaka

Berdasarkan hasil penelitian saat ini, ditemukan beberapa literatur ilmiah yang relevan dengan tema penelitian ini, baik berupa buku, jurnal ilmiah, maupun penelitian sebelumnya. Penelitian ini dilakukan untuk mencegah plagiasi karya ilmiah dalam bentuk apa pun, termasuk yang berikut:

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

NO.	Nama Peneliti dan judul	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
1.	Tata Cahyasari Kardiana dan Inaya Sari Melati (2019) “Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Kepercayaan Diri, dan Ekspektasi Pendapatan Terhadap Minat Berwirausaha”	1.) Variabel pendidikan kewirausahaan, variabel kepercayaan diri, dan variabel ekspektasi pendapatan masing-masing berpengaruh secara signifikan terhadap minat berwirausaha. 2.) Secara simultan variabel pendidikan kewirausahaan, kepercayaan diri, dan ekspektasi pendapatan berpengaruh terhadap minat berwirausaha.	Persamaan: Variabel independen (kepercayaan diri) dan variabel dependen (minat berwirausaha) Perbedaan: Variabel independen (pendidikan kewirausahaan dan ekspektasi pendapatan) dan tempat penelitian
2.	Fauziah Ulfa (2019) “Pengaruh Ketahananmalangan dan Kepercayaan Diri Terhadap Minat Berwirausaha”	1.) Terdapat pengaruh positif signifikan pada variabel ketahananmalangan dan kepercayaan diri terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Politeknik	Persamaan: Variabel independen (kepercayaan diri) dan variabel dependen (minat berwirausaha) Perbedaan:

		Pertanian Negeri Samarinda	Variabel independen (ketahananmalangan) dan tempat penelitian
3.	Finantyo Eddy Wibowo, Tina Nurdiani, dan Ahmad Nuh (2021) “Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Persepsi Risiko, dan Lingkungan Teknologi Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus di Sekolah Tinggi Ilmu Syariah Al Wafa Bogor)”	1.) Terdapat pengaruh signifikan pada variabel pengetahuan kewirausahaan dan variabel lingkungan teknologi terhadap minat berwirausaha 2.) Tidak terdapat pengaruh persepsi risiko terhadap minat berwirausaha 3.) Secara simultan pengetahuan kewirausahaan, persepsi risiko, dan lingkungan teknologi berpengaruh signifikan terhadap variabel minat berwirausaha.	Persamaan: Variabel independen (persepsi risiko) dan variabel dependen (minat berwirausaha) Perbedaan: Variabel independen (pengetahuan kewirausahaan dan lingkungan teknologi) dan tempat penelitian
4.	Eka Astra Susilawaty (2022) “Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa”	1.) Pendidikan kewirausahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berwirausaha pada Politeknik Negeri Ujung Pandang. 2.) Media sosial tidak memiliki pengaruh terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa 3.) Secara simultan variabel pendidikan kewirausahaan dan media sosial memiliki	Persamaan: Variabel independen (media sosial) dan variabel dependen (minat berwirausaha) Perbedaan: Variabel independen (pendidikan kewirausahaan) dan tempat penelitian

		pengaruh terhadap minat berwirausaha.	
5.	Ade Nurhayati Kusumadewi (2020) “Implementasi Jiwa Wirausaha dan Pemanfaatan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswi Purwakarta”	1.) Jiwa wirausaha dan pemanfaatan media sosial masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswi STIE Dr. Khez. Muttaqien Purwakarta dan STIEB Perdana Mandiri 2.) Secara bersamaan jiwa wirausaha dan pemanfaatan media sosial berpengaruh terhadap minat berwirausaha	Persamaan: Variabel independen (media sosial) dan variabel dependen (minat berwirausaha) Perbedaan: Variabel independen (jiwa wirausaha) dan tempat penelitian
6.	Rahayu Mardikaningsih (2023) “Dampak Persepsi Risiko, Modal Psikologi, dan Pengalaman Kerja Dalam Membentuk Intensi Berwirausaha”	1) Persepsi Risiko memiliki signifikansi dan pengaruh terhadap minat berwirausaha. 2) Modal psikologi signifikan memiliki pengaruh signifikan dalam membentuk intensi berwirausaha. 3) Pengalaman kerja berpengaruh kuat dan signifikan terhadap intensi berwirausaha.	Persamaan: Variabel independen (persepsi risiko) Perbedaan: Variabel independen (modal psikologi dan pengalaman kerja) dan tempat penelitian

Dari beberapa jenis penelitian terdahulu, peneliti menemukan *research gap* atau kesenjangan hasil berdasarkan pada penelitian yang diteliti oleh Finantyo Eddy Wibowo, Tina Nurdiani, dan Ahmad Nuh (2021) bahwa persepsi resiko tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha. Disisi lain penelitian dari Rahayu Mardikaningsih (2023) memberikan pernyataan yang berbeda, hasil penelitiannya menunjukkan bahwa persepsi resiko berpengaruh terhadap intensi berwirausaha, dalam penelitian ini persepsi

resiko dianggap berperan penting dalam membentuk intensi untuk berwirausaha

Pada penelitian sebelumnya secara konsisten menunjukkan bahwa kepercayaan diri memiliki pengaruh yang positif terhadap minat berwirausaha. Hal ini selaras dengan hasil dari penelitian Tata Cahyasari Kardiana dan Inaya Sari Melati (2019) terkait pengaruh kepercayaan diri terhadap minat berwirausaha pada siswa SMAN 3 Semarang yang menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Kepercayaan diri yang tinggi mengacu pada persepsi-persepsi seseorang tentang kemampuannya untuk menghasilkan suatu tindakan.

Selain itu media sosial juga banyak digunakan dalam variabel penelitian, menyoroti pengaruhnya terhadap minat berwirausaha. Penelitian oleh Ade Nurhayati Kusumadewi (2020) menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial yang digunakan secara maksimal dapat meningkatkan minat berwirausaha. Di sisi lain penelitian dari Eka Astra Susilawaty (2022) menunjukkan bahwa media sosial tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Politeknik Negeri Ujung Pandang.

B. Kajian Teori

1. Grand Theory

Teori Perilaku Terencana (*Theory of Planned Behavior*)

Theory of Planned Behavior (TPB) merupakan perluasan atau pengembangan lanjutan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA). Menurut *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang dikemukakan oleh (Ajzen & Fishbein, 2021) menyatakan bahwa faktor penentu utama minat adalah keyakinan perilaku, keyakinan normatif, dan keyakinan kontrol. Asumsi utama dari *Theory of Planned Behavior* (TPB) ini adalah sikap individu dalam mempertimbangkan tindakan maupun implikasi dari tindakan tersebut. TPB adalah konsep tentang keinginan perilaku yang menunjukkan upaya individu untuk melakukan sesuatu yang akan dilakukan. Banyak hal, seperti usia, budaya, pendidikan, jenis

kelamin, agama, kepribadian, kebangsaan, emosi, sikap, nilai kecerdasan, pengalaman sebelumnya, dan paparan terhadap informasi, dapat memengaruhi keyakinan seseorang. Latar belakang ini terdiri dari tiga elemen. Faktor pertama adalah faktor pribadi, yang mencakup sikap, nilai, ciri-ciri kepribadian, emosi, dan kecerdasan. Faktor kedua adalah faktor sosial, yang mencakup usia, jenis kelamin, budaya, pendidikan, dan agama. Faktor ketiga adalah faktor informasi, yang mencakup pengalaman, pengetahuan, dan paparan informasi. Seluruh faktor yang telah disebutkan sebelumnya dapat mempengaruhi kepercayaan diri, persepsi risiko, dan perkembangan media sosial yang dalam penelitian ini digunakan sebagai variabel yang dapat memengaruhi minat berwirausaha. Sebagaimana dinyatakan oleh TPB, ada tiga kepercayaan yang bertanggung jawab atas perilaku yang ditunjukkan seseorang, yaitu (Mahyarni, 2013):

1. Kepercayaan perilaku (*behavior beliefs*)

Ajzen menyatakan dalam teori ini bahwa keyakinan diungkapkan dengan mengaitkan perilaku yang diprediksi dengan berbagai keuntungan dan kerugian yang mungkin terjadi jika kita melakukan atau tidak melakukan perilaku tersebut. Pada dasarnya, kepercayaan perilaku adalah keyakinan yang dimiliki seseorang yang dapat mempengaruhi sikap dan perilaku mereka. Dalam TPB, disebut sebagai pendapat tentang perilaku (*attitude toward the behavior*).

2. Kepercayaan normatif (*normative beliefs*)

Norma subjektif, atau dikenal sebagai kepercayaan normatif, berasal dari fungsi keyakinan seseorang yang diperoleh orang lain yang berhubungan dengannya. Kepercayaan normatif merupakan suatu keyakinan mengenai ekspektasi normatif dari orang lain yang mendorong atau memotivasi seseorang untuk menyetujui ekspektasi-ekspektasi tersebut. Kepercayaan normatif dikenal dengan norma subjektif (*subjective norms*) (Ajzen, 1991) menjadi fungsi

keyakinan pada seseorang yang diperoleh orang lain yang berhubungan dengannya.

3. Kepercayaan kontrol (*control beliefs*)

Keyakinan bahwa suatu perilaku dapat dilaksanakan dan adanya faktor-faktor yang memfasilitasi kinerja perilaku dikenal sebagai kepercayaan kontrol. Persepsi kontrol perilaku berasal dari keyakinan bahwa suatu perilaku dapat dilakukan (*perceived behavioral control*) (Ajzen, 1991).

Niat dalam berperilaku seseorang dapat dipengaruhi oleh perspektif mereka terhadap perilaku, norma-norma subjektif, dan persepsi mereka tentang kontrol perilaku. Kombinasi dari faktor-faktor ini akan memengaruhi niat berperilaku seseorang, yang pada gilirannya menyebabkan perilaku. Selanjutnya, ada penjelasan tentang komponen yang mempengaruhi niat untuk berperilaku:

1. Sikap terhadap perilaku

Sikap terhadap perilaku didasarkan pada kepercayaan yang kita miliki tentang konsekuensi dari perilaku tersebut. (Ajzen & Fishbein, 2021) Menurut teori TPB yang dikemukakan oleh Ajzen, Kepercayaan ditunjukkan dengan mengaitkan perilaku yang diharapkan dengan berbagai keuntungan dan kerugian yang mungkin kita peroleh jika kita melakukan atau tidak melakukan perilaku tersebut.

2. Norma subjektif

Norma subjektif mengacu pada bagaimana seseorang melihat tekanan sosial untuk berperilaku tertentu. (Ajzen, 1991). Perasaan atau dugaan seseorang tentang apa yang diharapkan orang lain dari perilakunya disebut norma subjektif.

3. Persepsi kontrol perilaku

Persepsi kontrol perilaku, juga disebut kontrol perilaku, menentukan seberapa mudah atau sulit bagi seseorang untuk melakukan tindakan tertentu (Ajzen & Fishbein, 2021). Situasi dan

jenis perilaku yang akan dilakukan dapat memengaruhi persepsi seseorang.

Kepercayaan diri sebagai variabel penelitian ini berkaitan dengan faktor latar belakang yang dinyatakan dalam *Theory of Planned Behavior* yaitu faktor pribadi atau dari dalam diri seseorang. Kepercayaan diri dalam TPB berkaitan dengan *control belief*. Menurut Woolfolk dalam (Okte Asmire et al., n.d.) Kepercayaan diri adalah keyakinan seseorang tentang kemampuan mereka di bidang tertentu, sehingga diharapkan bahwa memiliki kepercayaan diri akan meningkatkan minat seseorang dalam bidang tersebut.

Persepsi resiko juga memiliki kaitan dengan latar belakang yang termasuk dalam faktor pribadi. Jika dalam *Theory of Planned Behavior* (TPB) persepsi resiko termasuk dalam *normative belief*. Menurut Sugihartono persepsi diartikan sebagai kemampuan dalam otak untuk mengartikan suatu proses dengan mengartikan dorongan yang diterima oleh indera manusia. persepsi resiko merupakan suatu penilaian pribadi seseorang tentang kemungkinan suatu peristiwa terjadi dan seberapa khawatir mereka dengan dampak dan konsekuensi dari peristiwa tersebut menurut (Haekal & Widjajanta, 2016)

Perkembangan media sosial apabila dikaitkan dengan faktor yang membelakangi keyakinan seseorang termasuk dalam faktor informasi. Media sosial disini termasuk faktor informasi karena didalamnya memuat pengalaman. Pengetahuan, dan paparan informasi yang bisa diperoleh seseorang dan dapat mempengaruhi minat seseorang. Ketika seseorang mampu memanfaatkan perkembangan media sosial yang ada saat ini untuk tujuan berwirausaha maka seseorang akan memiliki minat berwirausaha.

2. Minat berwirausaha

a. Kewirausahaan

Kata “kewirausahaan” berasal dari kata wira dan usaha. “Wira” berarti pejuang, berani, berwatak agung, dan berbudi luhur.

Kewirausahaan dipahami sebagai proses menciptakan, mengelola, dan mengembangkan usaha atau bisnis baru dengan tujuan untuk menghasilkan keuntungan dan memenuhi kebutuhan pasar (Farizi, n.d.). Kewirausahaan dengan wirausaha merupakan dua kata yang memiliki arti berbeda. Kewirausahaan adalah proses yang melibatkan inovasi dan kreativitas untuk menghasilkan nilai tambahan melalui produk yang baik bagi masyarakat dan menguntungkan para wirausahawan (Evi Yusmira, Marhawati, 2019). Sedangkan wirausaha merupakan seseorang yang mampu menciptakan suatu produk inovasi baru, paham menentukan cara produksi, mengelola kegiatan permodalan, serta dalam hal pemasaran. Pengertian wirausaha menurut pendapat beberapa ahli sebagai berikut:

1. Joseph Schumpeter dalam (Mustomi et al., 2021) menggambarkan wirausaha sebagai agen perubahan ekonomi yang mampu menciptakan inovasi baru dan mengembangkan produk atau layanan baru.
2. Kasmir dalam (Suryandari & Sulasih, 2017) menyebutkan bahwa wirausaha adalah orang yang berani mengambil resiko untuk membuka usaha dalam berbagai kesempatan, berfungsi sebagai pelaku utama dalam pembangunan ekonomi.
3. Menurut Thomas W Zimmerer dalam (Khamimah, 2021), entrepreneurship adalah aplikasi kreativitas dan inovasi untuk menyelesaikan masalah dan upaya memanfaatkan peluang yang dihadapi orang setiap hari.

b. Minat

Minat merupakan hasil dari suatu pengamatan pada lingkungan atau dapat diartikan sebagai hasil dari interaksi terhadap lingkungan dalam pembelajaran. Oleh karena itu, apabila minat terhadap suatu hal telah dimiliki seseorang, maka hal tersebut dapat menjadi peluang seseorang memiliki potensi untuk meraih

kesuksesan dibidangnya. Menurut Syaiful dalam (Sari et al., 2022) minat merupakan kecenderungan yang menetap dalam memperhatikan dan mengenang kegiatan yang dimana seseorang tersebut akan memperhatikan secara konsisten dan memunculkan rasa senang dalam diri terhadap suatu hal. Sadirman dalam (Pricilia et al., 2021) mengatakan bahwa minat akan terlihat dengan baik jika mereka bisa menemukan objek yang disukai dengan tepat sasaran dan berkaitan langsung dengan keinginan tersebut. Selain itu, terdapat pengertian minat menurut beberapa ahli, diantaranya sebagai berikut:

1. Menurut Slameto dalam (Fitriani et al., 2018), minat adalah suatu rasa lebih suka dan ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh. Hal tersebut mencerminkan perasaan senang atau tidak senang terhadap objek tertentu.
2. Suyanto (2017) memberikan pengertian pada minat adalah sesuatu pemusatan perhatian yang tidak disengaja yang terlahir dengan kemauannya dan yang tergantung dari bakat dan lingkungannya.

Dari beberapa pengertian di atas yang telah dijelaskan dapat disimpulkan bahwa minat berwirausaha diartikan sebagai suatu tekad, dorongan, serta kemampuan bekerja keras dengan keinginan yang kuat dalam usaha memenuhi kebutuhan hidup tanpa ada rasa takut terhadap resiko yang mungkin dapat terjadi, serta memiliki keinginan yang kuat untuk terus belajar dari kegagalan (Sundari, 2022)

Sedangkan menurut Putry (2020) mendefinisikan minat berwirausaha sebagai kecenderungan dan keinginan dari hati seseorang untuk mengembangkan bisnis tanpa paksaan dari orang lain. Dengan demikian, minat berwirausaha adalah ketertarikan, kecenderungan, dan keinginan seseorang untuk menciptakan dan

melakukan suatu kegiatan atau bisnis tanpa campur tangan orang lain, serta berani mengambil resiko yang terkait dengan usaha tersebut.

Selain itu jika menurut (Suryandari & Sulasih, 2017) hal yang dapat mempengaruhi minat seseorang dalam berwirausaha juga lebih dominan terhadap faktor eksternal misalnya keluarga, teman, tetangga, dan lain sebagainya dalam menumbuhkan jiwa wirausaha mereka.

c. Indikator minat berwirausaha menurut (Indriyani & Subowo, 2019) sebagai berikut:

1. Pengaruh lingkungan, merujuk pada dampak yang diberikan oleh faktor-faktor eksternal seperti keluarga, teman, komunitas, dan sebagainya.
2. Kepribadian dan percaya diri, berkaitan dengan karakteristik individu yang mempengaruhi kecenderungan untuk berwirausaha. Orang yang memiliki rasa percaya diri tinggi, optimis, dan berani mengambil resiko cenderung lebih tertarik untuk berwirausaha.
3. Inovasi dan kreativitas, mengacu pada kemampuan seseorang untuk menciptakan ide-ide baru, solusi kreatif, dan pendekatan yang berbeda dalam berbisnis.
4. Kemajuan teknologi, merujuk pada perkembangan alat, sistem, dan aplikasi digital yang mendukung proses berwirausaha. Teknologi dapat membuka peluang baru dalam memulai bisnis serta mempercepat dan memudahkan akses ke pasar global.
5. Motivasi, yaitu dorongan internal atau eksternal yang mempengaruhi seseorang untuk memulai dan menjalankan bisnis.

6. Pendapatan, merupakan potensi keuntungan finansial yang bisa di peroleh dari kegiatan berwirausaha. Salah satu motivasi utama seseorang untuk emmulai usaha adalah prospek memperoleh pendapatan yang lebih tinggi dibandingkan pekerjaan lain.

3. Kepercayaan Diri

Kepercayaan diri merupakan suatu keyakinan dalam diri individu mengenai kemampuan yang terdapat di dalam diri ketika melaksanakan tugas ataupun saat melakukan sebuah tindakan yang perlu dilakukan guna mencapai hasil tertentu (Bandura, 2001). Pada dasarnya, kepercayaan diri diartikan sebagai sebuah kepercayaan pada diri seseorang terhadap kemampuan mereka yang berpengaruh pada kehidupan. Seseorang yang memiliki tingkat kompetensi yang tinggi maka akan mempengaruhi peningkatan nilai positif terhadap dirinya (Puspita & Isnalitas 2019). Dengan begitu ketika seseorang menyadari kemampuannya maka dapat memanfaatkannya dengan tepat.

Menurut Ulfa (2019) Menjelaskan bahwa seseorang yang mempunyai sikap optimis memiliki keyakinan dalam dirinya untuk bisa melakukan apapun dan ma uterus beruaha untuk mencapai tujuan yang diimpikan. Sikap optimis tersebut memberi kemampuan untuk mengatasi rasa takut terhadap berbagai kemungkinan di masa depan serta mendorong untuk terus berusaha lebih kuat lagi. Jadi, dapat dikatakan seseorang yang memiliki kepercayaan diri akan optimis dalam semua aktivitasnya, mempunyai tujuan yang realistis, sehingga akan emmbuat tujuan hidup yang mampu dilakukan, merencanakan masa depan dan memiliki keyakinan mampu mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Menurut Trihudiyatmanto (2023) Sikap mandiri seorang mahasiswa juga menentukan rasa percaya diri mereka dalam berwirausaha. Kemudian rasa percaya diri yang dimilikinya berpengaruh

terhadap motivasi berwirausaha yang menunjukkan bahwa rasa percaya diri tersebut sangat dibutuhkan bagi mahasiswa untuk berwirausaha. Rendahnya rasa percaya diri dikalangan mahasiswa dalam berwirausaha menjadi kendala tersendiri dalam rangka menumbuhkan semangat menjadi pengusaha. (LBM)

Kepercayaan diri merupakan suatu sikap yang menunjukkan keyakinan dengan kemampuan yang dimiliki oleh diri sendiri, yang bisa mendukung diri sendiri agar memiliki rasa kepribadian positif sehingga dapat berinteraksi sosial dengan baik (Ulfah & Winata, 2021).

Terdapat 4 hal yang melandasi kepercayaan diri menurut Jumalia (2018):

1. Percaya akan kemampuan diri sendiri, yakin terhadap aspek yang ada di dalam diri untuk dapat mencapai tujuan hidupnya serta mengevaluasi peristiwa yang telah terjadi.
2. Bertindak mandiri dalam mengambil keputusan, bebas dalam menentukan tindakan tanpa pengaruh orang lain dalam menghadapi berbagai pilihan keputusannya.
3. Memiliki konsep diri yang positif, yaitu kemampuan menilai diri untuk menghadapi dan menerima segala sesuatu kebenaran bukan hanya menurut diri pribadinya.
4. Berani mengungkapkan pendapat, yakni tindakan untuk mengutarakan pemikiran dalam dirinya tanpa paksaan orang lain.

Indikator kepercayaan diri menurut Lauster dalam Rais (2022) adalah sebagai berikut:

1. Keyakinan kemampuan diri, adalah sikap positif dalam diri seseorang yang yakin mampu melakukan apa yang akan dilakukannya.

2. Optimis, merupakan sikap positif yang selalu berpandangan baik terhadap diri sendiri, harapan, dan kemampuan.
3. Objektif, suatu cara yang dimiliki seseorang dalam melihat permasalahan sesuai dengan kebenaran yang semestinya, bukan menurut kebenaran pribadi.
4. Bertanggung jawab, merupakan kesediaan dalam menanggung segala konsekuensi dari tindakan yang dilakukan
5. Rasional dan realistis, yaitu suatu bentuk analisis masalah dengan pemikiran yang dapat diterima akal dan sesuai dengan kenyataan.

4. Persepsi Resiko

a. Pengertian persepsi resiko

Menurut Sugihartono persepsi diartikan sebagai kemampuan dalam otak untuk mengartikan suatu proses dengan mengartikan dorongan yang diterima oleh indera manusia. Persepsi resiko adalah penilaian pribadi seseorang terhadap kemungkinan suatu peristiwa terjadi dan seberapa khawatir mereka akan dampak dan konsekuensi dari peristiwa tersebut menurut (Haekal & Widjajanta, 2016)

Menurut Rosyidah dalam (Manurung, 2022) mendefinisikan persepsi risiko sebagai penilaian seseorang terhadap situasi yang berisiko, penilaian ini sangat bergantung pada sifat psikologis dan kondisi seseorang.

Hidup adalah perjuangan, penuh dengan tantangan yang harus diatasi tanpa mengorbankan sesuatu. Tidak diragukan lagi, seorang entrepreneur memiliki sifat yang kuat untuk mencapai tujuan mereka. Oleh karena itu, hidup yang sesungguhnya bagi mereka adalah berteman dengan risiko, menghadapinya dengan penuh perhitungan, dan tidak pernah putus asa (Sochimim, 2021)

a. Faktor yang mempengaruhi persepsi

Beberapa faktor yang mempengaruhi persepsi menurut (Kusumaningrum & Karjono, 2020) Adalah sebagai berikut:

1. Pengalaman masa lalu mampu mempengaruhi seseorang karena pada umumnya seseorang akan menarik kesimpulan yang sama dengan yang dirasakan, didengar dan dilihatnya.
2. Keinginan mampu memberikan pengaruh terhadap persepsi seseorang dalam membuat keputusan.
3. Pengalaman yang bersumber dari teman, dimana mereka akan bercerita mengenai pengalamannya.

b. Indikator persepsi resiko menurut (Manurung, 2022) terdapat 4 indikator, diantaranya sebagai berikut:

1. Resiko finansial, mengacu pada kemungkinan kerugian atau dampak negatif kondisi keuangan akibat penjualan suatu produk atau layanan yang dilakukan oleh wirausahawan.
2. Resiko produk, berkaitan dengan ketidakpastian atau kekhawatiran tentang kualitas atau kinerja produk terhadap keamanan atau efek negatif yang mungkin timbul dari produk tersebut.
3. Resiko waktu, mengacu pada kemungkinan kehilangan waktu yang signifikan dalam proses mendirikan usaha.
4. Resiko pengiriman, mengacu pada ketidakpastian terkait dengan proses pengiriman barang yang diperlukan konsumen serta kemungkinan negatif yang terjadi dalam pengiriman tersebut.

5. Perkembangan Media Sosial

a. Pengertian media sosial

Media sosial adalah sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0 dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran user generated

content. Media sosial merupakan situs jaringan sosial misalnya layanan berbasis web yang memungkinkan bagi setiap individu untuk membangun profil publik ataupun semi publik dalam sistem terbatas, daftar pengguna lain dengan siapa mereka terhubung, melihat dan menjelajah daftar koneksi mereka yang dibuat oleh orang lain dengan suatu sistem (Nurhayati, 2020).

Media sosial adalah kumpulan praktik, komunitas, dan teknologi online yang digunakan oleh orang-orang untuk berbagi pendapat, pemahaman, pengalaman, dan pandangan. Media sosial juga terkait dengan periklanan. Selain itu, dengan adanya media sosial, penjualan akan menjadi lebih mudah, murah, efektif, dan efisien. Akibatnya, media sosial menekankan penggunaan teknologi informasi sebagai cara untuk membangun pasar yang ditargetkan untuk bisnis online.

Perkembangan teknologi ini memungkinkan media sosial untuk mengubah cara orang berkomunikasi dan bersosialisasi. Dengan menggunakan layanan berbasis web yang dikenal sebagai jejaring, orang dapat membangun profil publik dan mengatur koneksi yang dapat mereka hubungi. Oleh karena itu, media sosial dianggap sebagai platform di internet di mana individu dapat berinteraksi satu sama lain dan bertukar informasi (Ramadhani, 2023).

a. Fungsi media sosial

Media sosial dalam perannya saat ini, telah membangun sebuah kekuatan besar dalam membentuk pola perilaku dan berbagai bidang dalam kehidupan manusia. hal ini yang membuat fungsi media sosial sangat besar. Adapun fungsi media sosial menurut (Gustina et al., 2022) diantaranya sebagai berikut:

- Media sosial adalah media yang didesain untuk memperluas interaksi sosial dengan menggunakan internet dan teknologi web.

- Media sosial berhasil mentransformasi praktik komunikasi searah media siara dari satu institusi media ke banyak *audience* ke dalam praktik komunikasi dialogis antara banyak *audience*.
 - Media sosial mendukung demokratisasi pengetahuan dan juga informasi. Mentransformasi manusia dari pengguna isi pesan menjadi pembuat pesan itu sendiri.
- b. Indikator perkembangan media sosial menurut (Ramadhani, 2023) terdapat 4 indikator diantaranya sebagai berikut:
1. Kemudahan komunikasi, mengacu pada kemampuan pengguna media sosial untuk berkomunikasi dengan cepat tanpa hambatan dengan orang lain, baik secara pribadi maupun publik.
 2. Keterbukaan layanan, menggambarkan seberapa terbuka dan transparan *platform* media sosial dalam menyediakan akses dan fitur kepada penggunannya.
 3. Kecepatan informasi, adalah kemampuan media sosial untuk menyebarkan berita, data, atau informasi lainnya dengan sangat cepat kepada pengguna.
 4. Kemudahan dalam mengakses, merujuk pada seberapa mudah pengguna dapat mengakses platform media sosial dan konten di dalamnya.

C. Landasan Teologis

Kewirausahaan merupakan suatu ilmu yang mempelajari terkait nilai, perilaku serta kemampuan seseorang dalam menghadapi tantangan. Adapun *entrepreneur* yaitu seseorang yang memiliki prinsip kewirausahaan dalam dirinya, serta berani menanggung resiko dan terus berusaha mengembangkan keterampilan yang dimiliki. Salah satu ayat dalam Al-Qur'an yang membahas mengenai kewirausahaan sebagai berikut:

Surat an-Najm ayat 39

وَأَنْ لَّيْسَ لِلْإِنْسَانِ إِلَّا مَا سَعَىٰ ۝ ٣٩

Artinya :

"Dan bahwasanya seorang manusia tiada memperoleh selain apa yang telah diusahakannya, (QS. An-Najm 39)

Ayat tersebut mendeskripsikan bahwa orang-orang beriman sholeh pantas mendapatkan pahala atas apa yang dikerjakan. Ayat ini dapat digunakan untuk memahami tentang kewirausahaan karena kewirausahaan dipahami sebagai menciptakan sesuatu dari sebuah ide sehingga mendapat hasil darinya, yang diartikan bahwa apa yang didapat manusia adalah apa yang mereka kerjakan bukan dari apa yang mereka angankan. (Muhammad Afiruddin, 2024) Selain itu terdapat juga hadits yang berkaitan dengan kewirausahaan sebagai berikut:

Rasulullah bersabda:

حَدَّثَنَا أَبُو عَامِرٍ الْعَقَدِيُّ عَنْ مُحَمَّدِ بْنِ عَمَارٍ كُنَّا كُنَّا إِكْشَ قَالَ سَمِعْتُ سَعِيدًا الْمُقْبِرِيَّ يَحْدِثُ عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ عَنْ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ خَيْرُ الْكَسْبِ يَدْلَعَامِلٍ إِذَا نَصَحَ

Nabi SAW bersabda : *"usaha yang paling baik adalah hasil karya seseorang dengan tangannya jika ia jujur (bermaksud baik)"*

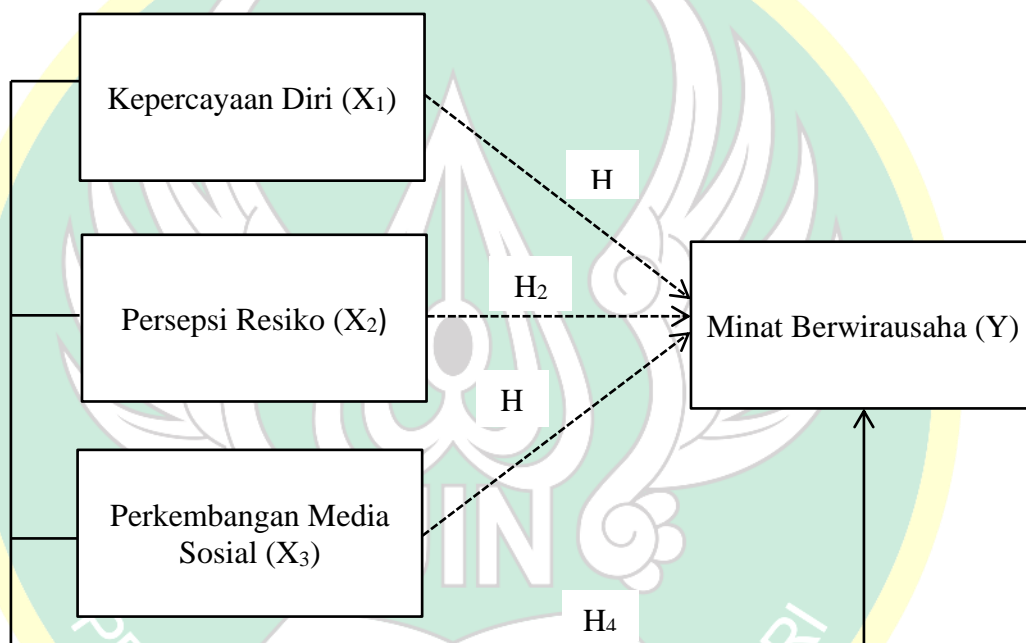
Dalam hadits tersebut, Rasulullah mengatakan bahwa usaha yang paling baik adalah yang dilakukan dengan tangan sendiri, asalkan dilakukan dengan baik dan jujur. Selain itu, hadits tersebut menjelaskan bahwa usaha yang dilakukan seseorang dengan tangannya disebut wirausaha, dengan maksud bahwa maksud dari melakukan sesuatu dengan tangannya adalah seseorang harus memiliki kemampuan untuk menciptakan sesuatu serta dapat memanfaatkan peluang dan kemampuan yang dimilikinya. Seorang muslim hendaknya melakukan wirausaha dengan menciptakan wirausaha berdasarkan kemampuan mereka dengan inovasi

dan peluang yang ada dan diharapkan akan memberikan hasil yang menguntungkan (Vinet & Zhedanov, 2023)

D. Kerangka Berpikir

Kerangka berfikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting.

Gambar 2. 1
Kerangka Berpikir



(Sumber: Data di olah)

Keterangan:

----- : Uji Parsial (Uji t)

————— : Uji Simultan (Uji F)

E. Hipotesis

Hipotesis atau yang biasa disebut dengan hepotesa, adalah suatu kesimpulan jangka pendek yang ditarik dari situasi yang masih bersifat spekulatif karena kebenarannya belum ditetapkan. Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan.

Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi, hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik.

a. Pengaruh kepercayaan diri terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa di Purwokerto

Kepercayaan diri merupakan suatu sikap yang menunjukkan keyakinan dengan kemampuan yang dimiliki oleh diri sendiri, yang bisa mendukung diri sendiri agar memiliki rasa kepribadian positif sehingga dapat berinteraksi sosial dengan baik (Ulfah & Winata, 2021). Seseorang yang memiliki tingkat kompetensi yang tinggi maka akan mempengaruhi peningkatan nilai positif terhadap dirinya (Puspita & Isnalitas 2019). Dengan begitu ketika seseorang menyadari kemampuannya maka dapat memanfaatkannya dengan tepat.

Hasil penelitian tersebut sejalan dengan penelitian Tata Cahyasari Kardiana dan Inaya Sari Melati (2019) Dalam penelitian yang dilakukan, ia menemukan bahwa kepercayaan diri berpengaruh terhadap minat untuk berwirausaha.

Ha₁: Kepercayaan diri berpengaruh positif signifikan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa di kota Purwokerto.

b. Pengaruh persepsi resiko terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa di kota Purwokerto

Persepsi resiko adalah penilaian pribadi seseorang terhadap kemungkinan suatu peristiwa terjadi dan seberapa khawatir mereka akan dampak dan konsekuensi dari peristiwa tersebut menurut (Haekal & Widjajanta, 2016). Menurut Rosyidah dalam (Manurung, 2022) mendefinisikan persepsi risiko sebagai penilaian seseorang terhadap situasi yang berisiko, penilaian ini sangat bergantung pada sifat psikologis dan kondisi seseorang.

Berdasarkan penelitian Finantyo Eddy Wibowo, Tina Nurdiani, dan Ahmad Nuh (2021) dalam penelitiannya menyatakan bahwa persepsi resiko tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha. Sedangkan menurut penelitian Rahayu Mardikaningsih (2023) Persepsi resiko memiliki signifikansi dan pengaruh terhadap minat berwirausaha H_{a2} : Persepsi resiko berpengaruh positif signifikan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa di kota Purwokerto.

c. Pengaruh perkembangan media sosial terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa di kota Purwokerto

Media sosial merupakan sebuah media online, yang memudahkan para penggunanya dalam berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual. Menurut Philip Kotler dan Kevin Keller media sosial merupakan sarana bagi konsumen untuk berbagi informasi teks, gambar, video, dan audio dengan satu sama lain dan dengan perusahaan maupun sebaliknya.

Berdasarkan penelitian Ade Nurhayati Kusumadewi (2020) dalam penelitiannya menyatakan bahwa pemanfaatan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Purwakarta.

H_{a3} : Perkembangan media sosial berpengaruh positif signifikan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa di kota Purwokerto.

d. Pengaruh antara kepercayaan diri, persepsi resiko, dan perkembangan media sosial secara bersama-sama terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa di kota Purwokerto.

Kepercayaan diri merupakan suatu keyakinan dalam diri individu mengenai kemampuan yang terdapat di dalam diri ketika melaksanakan tugas ataupun saat melakukan sebuah tindakan yang perlu dilakukan guna mencapai hasil tertentu (Bandura, 2001)

Menurut pendapat Kotler dan Keller dalam berpendapat bahwa persepsi merupakan proses dimana kita mengatur, memilih, serta menerjemahkan informasi masukan guna terciptanya gambaran dunia

yang berarti. Sedangkan persepsi resiko sendiri menurut Rosyidah dalam (Manurung, 2022) mendefinisikan persepsi risiko sebagai penilaian seseorang terhadap situasi yang berisiko, penilaian ini sangat bergantung pada sifat psikologis dan kondisi seseorang.

Pada penelitian terdahulu yang diteliti oleh (Wibowo et al., 2021) menunjukkan bahwa pengetahuan kewirausahaan, persepsi resiko, dan lingkungan teknologi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha khususnya di sekolah tinggi ilmu syariah al wafa bogor

Kemudian, pada penelitian yang dilakukan oleh (Kardiana & Melati, 2019) menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan, kepercayaan diri, dan ekspektsi pendapatan secara simultan berpengaruh terhadap minat berwirausaha.

Selain itu, pada penelitian yang dilakukan oleh (Susilawaty, 2022) menunjukkan pendidikan kewirausahaan dan sosial media secara simultan berpengaruh positif signifikan.

Ha4 : Kepercayaan Diri, Persepsi Resiko, dan Perkembangan media sosial secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa di kota Purwokerto.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini jenis penelitian yang akan digunakan adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menguji teori, mengukur variabel penelitian, dan menganalisis data menggunakan teknik statistik (Paramita, dkk. 2021). Sedangkan metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan deskriptif verifikatif. Menurut Sugiyono (2013) metode deskriptif verifikatif adalah metode penelitian yang digunakan dalam menguji teori guna membuktikan hipotesis dengan menggunakan penyebaran kuesioner. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh variabel bebas yaitu kepercayaan diri, persepsi resiko, dan perkembangan media sosial terhadap variabel terikat yaitu minat berwirausaha pada mahasiswa di kota Purwokerto

B. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat penelitian

Lokasi yang ditetapkan dalam penelitian ini berada di kota Purwokerto. Alasan memilih lokasi ini karena sebagai mahasiswa di Purwokerto tentunya dengan melihat semakin banyaknya universitas yang menggalakkan program kewirausahaan bagi kalangan mahasiswa membuat peneliti tertarik untuk mengetahui pengaruh dari adanya program tersebut terhadap minat mahasiswa itu sendiri pada kegiatan berwirausaha. Penelitian ini juga melibatkan mahasiswa dari beberapa universitas yang ada di kota Purwokerto diantaranya sebagai berikut: UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, Universitas Jendral Soedirman, Universitas Muhammadiyah Purwokerto, Universitas Wijaya Kusuma (UNWIKU) Purwokerto, Universitas Nahdlatul Ulama (UNU) Purwokerto, dan Universitas Amikom Purwokerto.

2. Waktu penelitian

Waktu penelitian dilaksanakan mulai bulan Agustus 2024 sampai bulan September 2024.

C. Populai dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi merupakan jumlah keseluruhan dari unit analisis yang kriterianya akan digunakan dalam penelitian sesuai pembahasan. Menurut Riduwan, populasi adalah keseluruhan dari unit atau atribut yang menjadi objek penelitian. Sedangkan menurut Sugiyono (2013), Populasi adalah area generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan menghasilkan kesimpulan. Populasi yang difokuskan dalam penelitian itu meliputi mahasiswa dari UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri, Universitas Jendral Soedirman, Universitas Muhammadiyah Purwokerto, Universitas Wijaya Kusuma Purwokerto, Universitas AMIKOM Purwokerto, Universitas Nahdlatul Ulama Purwokerto, dan Universitas Bina Sarana Informatika Purwokerto

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2013) sampel adalah bagian dari jumlah dan karkteristik yang dimiiki oleh populasi tesebut. Menurut Arikunto, sampel adalah bagian dari populasi. Sedangkan menurut Usman, sampel adalah sebagian dari seluruh objek yang diteliti, yang dianggap sebagai representasi dari seluruh populasi, dan diambil dengan metode tertentu. Dalam penelitian ini teknik yang digunakan adalah accidental sampling, yaitu pemilihan sampel secara kebetulan bertemu dengan populasi yang memenuhi kriteria dasar pemilihan sampel (Sugiyono, 2013). Dari 14 perguruan tinggi yang terdapat pada kota Purwokerto, peneliti memilih 7 Universitas yaitu UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri, Universitas Jendral Soedirman, Universitas Muhammadiyah Purwokerto, Universitas Wijaya Kusuma Purwokerto, Universitas AMIKOM Purwokerto, Universitas Nahdlatul Ulama Purwokerto, dan

Universitas Bina Sarana Informatika Purwokerto. Kriteria yang digunakan dalam pemilihan sampel ini yaitu:

- Mahasiswa Aktif dari beberapa universitas yang telah disebutkan sebelumnya.
- Berasal dari fakultas ekonomi dan bisnis
- Mengetahui materi kewirausahaan

Tabel 3. 1 Data Jumlah Mahasiswa Berdasarkan Instansi

NO.	Nama Instansi	Jumlah Mahasiswa
1.	UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri	14.514
2.	Universitas Jendral Soedirman	24.376
3.	Universitas Muhammadiyah Purwokerto	17.626
4.	Universitas Wijaya Kusuma Purwokerto	4.369
5.	Universitas AMIKOM Purwokerto	3.481
6.	Universitas Nahdlatul Ulama Purwokerto	2.066
7.	Universitas Bina Sarana Informatika Purwokerto	1.099
Jumlah		67.531

Sumber: Data sekunder yang diperoleh dari pdDikti.kemendikbud.ac.id

Penelitian ini menggunakan Non Probability Sampling dengan Rumus Slovin pada margin of error 10% untuk menentukan besar sampel. Pemilihan tingkat kesalahan 0,1 disebabkan karena besarnya populasi. Perhitungan sampel dengan rumus Slovin dapat digunakan untuk menghitung jumlah sampel minimal dengan total populasi yang telah diketahui. Dalam menghitung jumlah sampel menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + (Nxe^2)}$$

Keterangan :

n : Ukuran Sampel

N : Populasi

e : Presentase kelonggaran ketidakterkaitan karena kesalahan pengambilan sampel yang masih digunakan (0,1)

Dari rumusan diatas maka ditetapkan penentuan jumlah sampel dengan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%.

$$n = \frac{67.531}{1 + (67.531 \times 0,1^2)}$$

$$n = \frac{67.531}{682,44}$$

$$n = 99,85 = 100$$

Berdasarkan hasil perhitungan dari rumus di atas, maka jumlah sampel yang akan diambil minimal sebanyak 99,85 sehingga dapat dibulatkan menjadi 100 responden.

3. Teknik Pengambilan Sampel

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik Non Probability sampling yaitu teknik pengambilan sampel dimana setiap anggota populasi tidak memiliki peluang yang sama untuk terpilih sebagai sampel. Teknik ini menggunakan jenis accidental sampling Menurut Sugiyono (2013) accidental sampling merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok dengan kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti..

D. Variabel dan Indikator Penelitian

Variable penelitian adalah variasi nilai individu, objek, dan kegiatan yang telah ditentukan oleh peneliti untuk penelitian, yang kemudian akan digunakan untuk menarik kesimpulan.

1. Variabel Bebas (*Independent variable*)

Variabel bebas adalah variabel yang mungkin berdampak pada variabel lain secara teoritis disebut variabel independen atau bebas (Hardani, dkk., 2020). Variabel independen dalam penelitian ini yaitu

kepercayaan diri (X_1), persepsi resiko (X_2), dan perkembangan media sosial (X_3).

2. Variabel Terikat (*Dependent variable*)

Variabel terikat atau disebut juga sebagai variabel endogen dan konsekuen adalah variabel yang akan dipengaruhi oleh variasi dari variable bebas (*independent*). Variabel dependen akan menjadi masalah utama bagi peneliti dan akan menjadi subjek penelitian. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah minat berwirausaha (Y).

Tabel 3. 2
Indikator Penelitian

Variabel	Definisi Variabel	Indikator
Kepercayaan diri (X_1) (Rais, 2022)	Kepercayaan diri merupakan suatu keyakinan dalam diri individu mengenai kemampuan yang terdapat di dalam diri ketika melaksanakan tugas ataupun saat melakukan sebuah tindakan yang perlu dilakukan guna mencapai hasil tertentu	Menurut Luster dalam Rais (2022) indikator kepercayaan diri yaitu: 1) Keyakinan dan kemampuan diri 2) Optimis 3) Obyektif 4) Bertanggung jawab 5) Rasional dan realistis

Persepsi Resiko (X_2)	Persepsi resiko adalah penilaian pribadi seseorang terhadap kemungkinan suatu peristiwa terjadi dan seberapa khawatir mereka akan dampak dan konsekuensi dari peristiwa tersebut	Menurut Manurung (2022) indikator dari persepsi resiko, yaitu: 1) Resiko finansial 2) Resiko produk 3) Resiko waktu 4) Resiko pengiriman
Perkembangan Media Sosial (X_3)	Media sosial adalah kumpulan praktik, komunitas, dan teknologi online yang digunakan oleh orang-orang untuk berbagi pendapat, pemahaman, pengalaman, dan pandangan.	Menurut Ramadhani (2023) indikator perkembangan media sosial, yaitu: 1) Kemudahan komunikasi 2) Keterbukaan layanan 3) Kecepatan informasi 4) Kemudahan dalam mengakses
Minat Berwirausaha (Y)	Minat berwirausaha diartikan sebagai suatu tekad, dorongan, serta kemampuan bekerja keras dengan keinginan yang kuat dalam usaha memenuhi kebutuhan hidup tanpa ada rasa takut terhadap resiko yang mungkin dapat	Menurut Indriyani dan Subowo(2019) indikator minat berwirausaha, yaitu: 1) Pengaruh lingkungan 2) Kepribadian dan percaya diri 3) Inovasi dan kreatifitas

	terjadi, serta memiliki keinginan yang kuat untuk terus belajar dari kegagalan	4) Kemajuan teknologi 5) Motivasi 6) Pendapatan
--	--	---

Sumber: *Data sekunder yang diolah*

E. Pengumpulan Data Penelitian

a. Teknik Pengumpulan Data

1. Kuisisioner

Kuesioner diartikan sebagai sebuah alat penelitian yang digunakan untuk mengumpulkan data dari responden melalui pertanyaan tertulis. Kuisisioner biasanya terdiri dari kumpulan pertanyaan terstruktur yang telah yang dimaksudkan untuk mengumpulkan pendapat, pendapat, perilaku, dan karakteristik yang berkaitan dengan topik atau masalah tertentu. Selain itu, Sugiyono (2013) mendefinisikan angket atau kuisisioner sebagai metode pengumpulan data yang meminta responden untuk menjawab seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis. Skala pengukuran yang digunakan penelitian untuk pengumpulan kuisisioner/angket yaitu menggunakan skala likert. skala Likert digunakan mengukur pendapat, sikap, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2013). Adapun alternatif jawaban yang digunakan adalah dengan memberikan skor sebagai berikut:

Tabel 3. 3
Skala Likert

Skor	Jawaban	Simbol
1	Sangat Tidak Setuju	STS
2	Tidak Setuju	TS
3	Netral	N
4	Setuju	S
5	Sangat Setuju	SS

2. Observasi

Observasi merupakan cara pengumpulan data melalui proses pencatatan perilaku subjek (orang), objek (benda) atau kejadian yang sistematis tanpa adanya pertanyaan atau komunikasi dengan individu-individu yang diteliti. Observasi meliputi segala hal yang menyangkut pengamatan aktivitas atau kondisi perilaku maupun nonperilaku (Sanusi, 2017)

b. Sumber Data

1. Data Primer

Menurut Sugiyono (2013) data primer merupakan data yang didapat secara langsung melalui observasi. Data primer terdapat beberapa jenis diantaranya dapat berupa hasil wawancara dengan subjek penelitian maupun hasil dari observasi secara langsung di lapangan. Selain itu, Sugiyono juga menjelaskan bahwa dalam perolehan data primer sumber yang akan langsung memberikan data-data kepada pengumpul data, contohnya seperti dalam kegiatan yang dihasilkan dari kuisioner maupun wawancara yang dilakukan oleh peneliti. Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan oleh peneliti adalah data primer yaitu data-data yang diperoleh melalui pengamatan secara langsung dengan memberikan kuisioner dalam

bentuk google form kepada mahasiswa di kota Purwokerto menggunakan whatsapp dan Instagram.

2. Data sekunder

Menurut Sugiyono (2013) data sekunder merupakan data yang diperoleh melalui orang lain maupun dokumen. Pada data sekunder ini sumber data tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data sekunder terdapat beberapa jenis diantaranya yaitu literatur, jurnal ilmiah, artikel ilmiah, dan dokumen pendukung lainnya yang relevan dengan penelitian. Perolehan data sekunder juga bisa dengan berbagai cara, mengeksplor berbagai jurnal yang berkaitan dengan penelitian, mempelajari berbagai buku bacaan yang terkait dengan metode penelitian, membaca dan memahami penelitian serta artikel yang memiliki kesamaan dengan judul penelitian.

F. Analisis Data Penelitian

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan uji statistik yang bertujuan mengolah data primer yang sudah digabungkan melalui penyebaran kuisisioner/angket. Adapun uji statistiknya, yaitu:

1) Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2013). Analisis deskriptif ini bertujuan memberi gambaran umum terkait data, tanpa melakukan prediksi terhadap populasi yang lebih luas. Dalam analisis statistik deskriptif, data yang dianalisis akan menjelaskan data secara umum, menghitung nilai minimum, nilai maksimum, rata-rata, dan variasi data, serta menggambarkan distribusi data.

2) *Method of Successive Interval (MSI)*

Method of Successive Interval (MSI) yaitu metode penskalaan untuk menaikkan skala pengukuran ordinal ke skala pengukuran interval (Gunarto, 2017). Berdasarkan definisi tersebut maka *Method of Successive Interval (MSI)* merupakan alat untuk mengubah data ordinal menjadi interval. Berikut merupakan tahapan proses mengubah data berskala ordinal menjadi skala interval (Ningsih & Dukalang, 2019):

- 1) Menghitung frekuensi
- 2) Menghitung proporsi
- 3) Menghitung proporsi kumulatif
- 4) Menghitung nilai z (distribusi normal)
- 5) Menentukan nilai batas Z
- 6) Menghitung scale value (interval rata-rata) untuk setiap kategori
- 7) Menghitung penskalaan.

3) Uji Instrumen Data

a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan suatu pengujian yang digunakan untuk melihat ukuran instrumen memiliki tingkat kevalidan. Suatu instrumen dari kuisioner dikatakan valid apabila instrument tersebut dapat dengan tepat mengukur apa yang hendak diukur (Sugiyono, 2013). Sehingga dapat dikatakan bahwa validitas berhubungan dengan ketepatan pada alat ukur. Apabila suatu instrument memiliki tingkat validitas tinggi maka data tersebut dinilai valid dan dapat dianggap mewakili variabel yang diukur sesuai yang diinginkan oleh peneliti, sedangkan apabila nilai validitas rendah maka instrument tersebut masih belum valid dan dapat dianggap kurang mewakili variabel yang diteliti.

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

r = Koefisien Korelasi Person (r-hitung)

n = Jumlah responden atau sampel

X = Skor pada item yang sedang diuji

Y = Total skor variabel

ΣXY = Jumlah hasil perkalian antara skor item (X) dan total skor (Y)

ΣX = Jumlah skor item

ΣY = Jumlah total skor

Untuk menguji uji validitas, salah satu metode yang digunakan yaitu membandingkan antara nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} untuk *degree of freedom* (df) = $n-2$ yaitu jumlah sampel dengan tingkat kepercayaan 95% (atau 0,05). Data yang di uji dikatakan valid jika nilai signifikansi $< 0,05$ atau nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$. Sebaliknya, jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka hubungan tersebut tidak dapat dianggap sah atau valid (Zahriyah et al., 2021).

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuisioner yang mempunyai indikator variabel atau konstruk. Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur (Sugiyono, 2013), apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Hal ini dilakukan untuk mengetahui instrument tersebut layak atau tidak digunakan sebagai alat ukur kepada responden.

Alat ukur dikatakan reliabel jika menghasilkan hasil yang sama meskipun dilakukan pengukuran berkali-kali. Tingkat reliabilitas bisa ditinjau melalui aplikasi SPSS menggunakan angka pada tabel *cornbach's alpha*.

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left(1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan:

α = Koefisien reliabilitas (*Cronbach's Alpha*)

n = Jumlah item dalam instrumen

σ_i^2 = Varians tiap item

σ_t^2 = Varians total (varians dari jumlah skor setiap item)

Apabila nilai *cornbach's alpha* $\geq 0,6$ maka bisa diambil kesimpulan bahwa instrument tersebut reliabel (Zahriyah et al., 2021).

4) Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui data terdistribusi normal atau tidak. Sebuah data dikatakan terdistribusi normal jika nilai residualnya terstandarisasi Sebagian besar mendekati rata-ratanya. Penelitian ini menggunakan *kormogorov-smirnov* yaitu dengan membandingkan distribusi data yang akan di uji dengan distribusi normal baku (Zahriyah et al., 2021).

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas merupakan hubungan linear antara variabel independen di dalam regresi berganda. Uji multikolinearitas ditujukan untuk melihat hubungan/korelasi antara masing-masing variabel.. model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen.

Uji multikolinearitas dalam model regresi ditetapkan berdasarkan nilai *Tolerance* (TOL) dan nilai *Variance Inflation Faktor* (VIF). Jika nilai tolerance $\geq 0,10$ dan nilai VIF ≤ 10 , maka variabel bebas dinyatakan tidak terdapat gejala multikolinearitas. Namun, apabila nilai *Tolerance* $< 0,10$ dan nilai VIF > 10 , maka variabel bebas dinyatakan terjadi gejala multikolinearitas (Zahriyah et al., 2021).

c. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heterokedastisitas yaitu adanya

ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Dalam konteks ini, model regresi dianggap bagus jika tidak ada heterokedastisitas, artinya residu memiliki variasi yang stabil.

Dalam penelitian ini menggunakan metode glejser yang dilakukan dengan cara meregresikan variabel-variabel beba terhadap nilai mutlak resudualnya. Dengan melihat nilai Sig. antara variabel bebas dengan variabel absolut residual $\geq 0,05$ maka tidak terjadi heterokedastisitas. Hamun, jika nilai Sig. anantara variabel bebas dengan variabel absolute residual $< 0,05$ maka terdapat gejala heterokedastisitas (Zahriyah et al., 2021).

d. Uji Linearitas

Uji linearitas merupakan suatu uji yang dapat digunakan untuk melihat apakah model yang dibuat memiliki hubungan linear atau tidak antara variabel terikat dengan variabel bebas. Uji linearitas digunakan untuk mengkonfirmasi sifat linear antara dua variabel yang diidentifikasi secara teori sesuai atau tidak dengan hasil observasi. Metode statistik yang digunakan pada uji linearitas ini adalah dengan melakukan pemeriksaan scatterplot. Pada scatterplot, sumbu horizontal menggambarkan nilai prediksi terstandarisasi, sedangkan sumbu vertical menggambarkan nilai residual terstandarisasi. Apabila nilai-nilai tersebut acak atau tidak membentuk sebuah pola tertentu dan tersebar disekitar angka nol, maka asumsi linearitas terpenuhi (Zahriyah et al., 2021).

5) Analisis Data

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah analisis statistik yang digunakan untuk menguji hubungan pengaruh antara lebih dari satu variabel bebas atau variabel independen terhadap variabel terikat atau variabel dependen. Analisis regresi linier berganda digunakan pada penelitian ini karena terdiri dari beberapa variabel bebas

(Zahriyah et al., 2021). Analisis ini digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel bebas yaitu kepercayaan diri (X_1), persepsi resiko (X_2), dan perkembangan media sosial (X_3) dengan variabel terikat yaitu minat berwirausaha (Y) apakah setiap variabel bebas memiliki pengaruh hubungan positif atau negatif Dengan rumus ekonometrika sebagai berikut:

$$\hat{Y} = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

\hat{Y}	= Minat berwirausaha
α	= Konstanta
β_1	= Koefisien regresi dari kepercayaan diri
β_2	= Koefisien regresi dari persepsi resiko
β_3	= Koefisien regresi dari perkembangan media sosial
X_1	= Kepercayaan diri
X_2	= Persepsi resiko
X_3	= Perkembangan media sosial
e	= Nilai residu

b. Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas (X) secara parsial memiliki pengaruh terhadap variabel terikat (Y) (Sugiyono, 2013). Untuk menentukan t_{hitung} dan t_{tabel} dapat menggunakan rumus persamaan sebagai berikut:

Rumus t_{hitung} :

$$t_{hitung} = \frac{\beta_i}{SE_{\beta_i}}$$

Keterangan:

β_i = Koefisien regresi untuk variabel independent i

SE_{β_i} = Standar error dari koefisien regresi β_i

Rumus t_{tabel} :

$$t_{tabel} = \left(\frac{\alpha}{2}; n - k - 1 \right)$$

Keterangan:

α = nilai probabilitas (0,5)

n = jumlah sampel penelitian

k = jumlah variabel bebas

Hipotesis yang digunakan dalam penelitian sebagai berikut:

- 1) H_0 = Kepercayaan diri tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa di kota Purwokerto
 H_{a1} = Kepercayaan diri berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa di kota Purwokerto
- 2) H_0 = Persepsi resiko tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa di kota Purwokerto
 H_{a2} = Persepsi resiko berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa di kota Purwokerto.
- 3) H_0 = Perkembangan media sosial berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa di kota Purwokerto
 H_{a3} = Perkembangan media sosial berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa di kota Purwokerto,

Dasar pengambilan keputusan pada uji t dapat dilihat melalui dua cara berdasarkan kriteria penerimaan atau penolakan dari hipotesis, yaitu:

- 1) Hipotesis diterima jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai signifikan ($sigt$) $> 0,05$ maka menunjukkan terdapat pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y.
- 2) Hipotesis diterima jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau nilai signifikan ($sigt$) $\leq 0,05$ maka menunjukkan tidak terdapat pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y.

c. Uji Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan untuk mengukur pengaruh bersama-sama ataupun secara simultan dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Untuk menarik kesimpulan apakah variabel bebas secara simultan

mempengaruhi variabel terikat (Sugiyono, 2013), maka perlu membandingkan nilai F_{hitung} dengan nilai F_{tabel} yang sesuai. Untuk menentukan nilai dari F_{hitung} dan F_{tabel} dapat menggunakan persamaan sebagai berikut:

Rumus F_{hitung} :

$$F = \frac{(R^2/k)}{((1 - R^2)/(n - k - 1))}$$

Keterangan:

R^2 = Koefisien determinasi

k = Jumlah variabel independent

n = Jumlah sampel

Rumus F_{tabel} :

$$F_{tabel} = \alpha; (k; n - k - 1)$$

Keterangan::

α = nilai probabilitas (0,05)

n = jumlah sampel penelitian

k = jumlah variabel bebas

Hipotesis yang digunakan dalam uji simultan yaitu sebagai berikut:

- 1) H_0 = Kepercayaan diri, persepsi resiko, dan perkembangan media sosial secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa di kota Purwokerto
- H_{a4} = Kepercayaan diri, persepsi resiko, dan perkembangan media sosial secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa di kota Purwokerto.

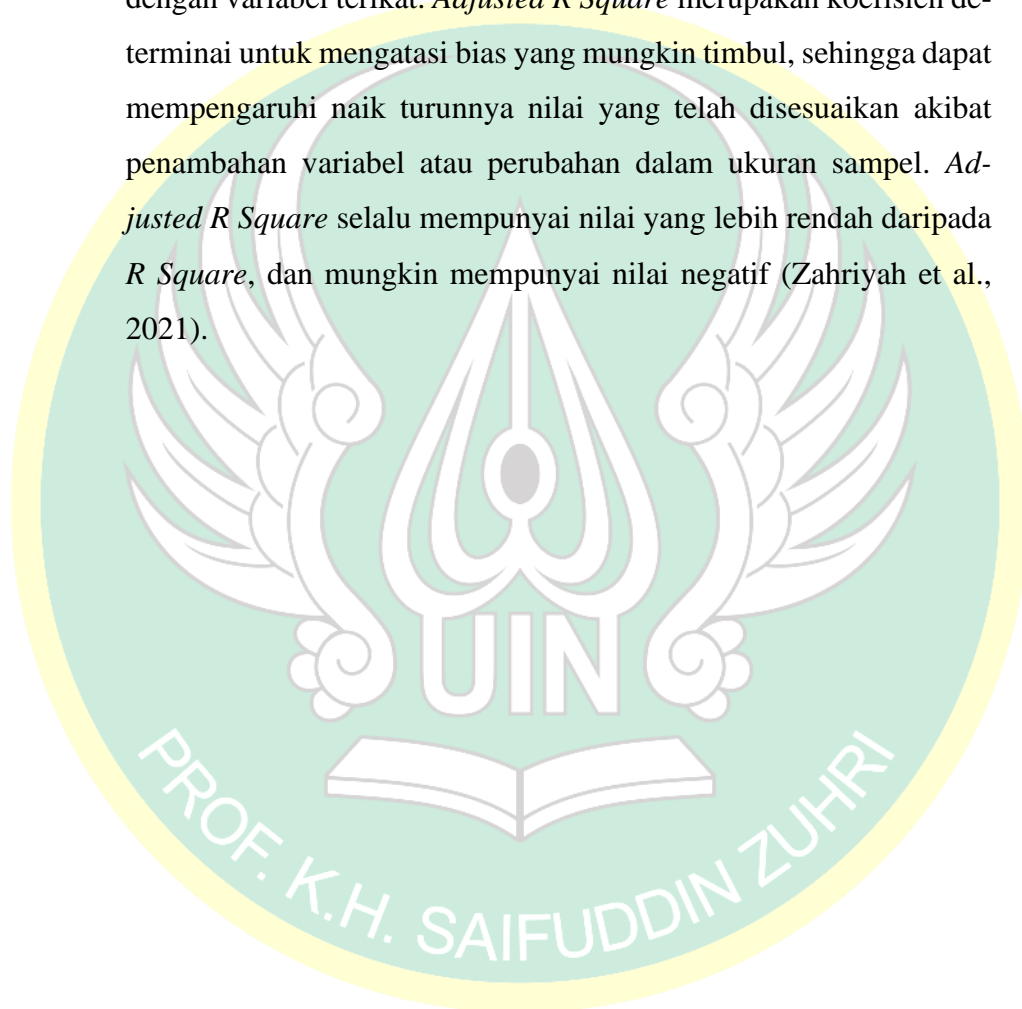
Dasar pengembalian keputusan dalam uji simultan yaitu sebagai berikut:

- 1) Hipotesis diterima jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau nilai signifikan (sigF) $\leq 0,05$ maka menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y).

- 2) Hipotesis ditolak jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau signifikan ($sigF$) $> 0,05$ maka menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y)

d. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi ialah suatu ukuran yang dipakai untuk mengetahui sejauh mana tingkat kesesuaian antara variabel bebas dengan variabel terikat. *Adjusted R Square* merupakan koefisien determinasi untuk mengatasi bias yang mungkin timbul, sehingga dapat mempengaruhi naik turunnya nilai yang telah disesuaikan akibat penambahan variabel atau perubahan dalam ukuran sampel. *Adjusted R Square* selalu mempunyai nilai yang lebih rendah daripada *R Square*, dan mungkin mempunyai nilai negatif (Zahriyah et al., 2021).



BAB IV

PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Profil Singkat Kota Purwokerto

Purwokerto merupakan ibu kota Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah. Kata Purwokerto berasal dari Bahasa Jawa baku Purwakerta yang memiliki arti disusun pada waktu permulaan. Selain itu dalam sejarah, Purwokerto bukan merupakan kota industri maupun perdagangan, hanya industri tradisional dan tidak memiliki aktivitas perdagangan dalam skala besar. Pada awal abad ke-20, Purwokerto mengalami babak baru dalam tata ruang yang mengalami kenaikan jumlah penduduk ketika mulai dibanjiri oleh mahasiswa yang berdatangan untuk menuntut ilmu di perguruan tinggi. Sejak saat itu, aktivitas ekonomi rakyat yang berkenaan dengan mahasiswa pun berkembang (Thein et al., 2021)

Kota purwokerto merupakan kota yang dijuluki kota pelajar, perdagangan, dan jasa. Kota ini merupakan pusat pendidikan dengan banyak perguruan tinggi yang berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi dan kewirausahaan. Selain itu, sejak tahun 2021 pusat-pusat perbelanjaan dan hotel dibangun dan berkembang pesat di kota ini sehingga terjadilah perubahan yang cukup signifikan dalam bidang perdagangan. Meningkatnya kegiatan perdagangan tersebut juga yang mempengaruhi semakin banyaknya wirausaha yang bermunculan di kota purwokerto. Bukan hanya dari kalangan masyarakat saja tetapi juga banyak dari kalangan mahasiswa yang mulai menekuni bidang wirausaha di samping kegiatan perkuliahan seperti di bidang kuliner, pakaian, dan lain sebagainya

2. Profil Singkat Perguruan Tinggi Purwokerto

Kota purwokerto merupakan kota yang dijuluki kota pelajar. Hal tersebut karena kota Purwokerto merupakan pusat pendidikan yang memiliki banyak perguruan tinggi negeri maupun swasta. Berdasarkan

penelusuran situs resmi PDDikti, total terdapat 14 perguruan tinggi di kota Purwokerto. Dalam penelitian ini, peneliti memilih responden yang berasal dari 7 universitas di Purwokerto, sebagai berikut.

1) UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

Awal mula berdirinya UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri berawal dari pengembangan fakultas Tarbiyah IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta (1964-1994), Fakultas Tarbiyah IAIN Walingsongo Semarang (1994-1997) yang berlokasi di Purwokerto. Kemudian di tahun 1997 berganti nama menjadi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Purwokerto dan nama STAIN ini berlangsung selama (1997-2014). Selanjutnya dari nama STAIN mengalami perubahan status menjadi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto yang berjalan selama (2014-2021). Dan barulah pada tanggal 11 Mei 2021 IAIN Purwokerto resmi beralih status menjadi Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto. Atau yang saat ini dikenal dengan singkatannya yaitu UIN SAIZU.

Lokasi UIN SAIZU terletak di Jl. Ahmad Yani No.40, Kec. Purwokerto Utara, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah. Saat ini UIN SAIZU telah terakreditasi Unggul dengan memiliki 5 fakultas sebagai berikut:

- 1) Fakultas Tarbiyah dan keguruan
- 2) Fakultas Dakwah
- 3) Fakultas Syariah
- 4) Fakultas Ushuluddin Al-Qur'an
- 5) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Selain itu, memiliki 21 Program Studi S1, 7 Program Studi Pascasarjana dengan 6 Magister dan 1 Doktoral.

Gambar 4. 1
Logo UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri



Sumber : Website resmi UIN Prof.K.H. Saifuddin Zuhri
Purwokerto

2) Universitas Jendral Soedirman

Perguruan tinggi yang dikenal dengan nama tokoh pahlawan nasional kelahiran Keresidenan Banyumas yaitu Panglima Besar Jendral Soedirman yang begitu berjasa dalam mengharumkan negara. Universitas Jendral Soedirman atau yang biasa dikenal dengan sebutan UNSOED merupakan perguruan tinggi di Banyumas yang berdiri atas kebutuhan masyarakat terhadap kebutuhan pendidikan tinggi. UNSOED resmi berdiri pada tanggal 23 September 1963 dan berlokasi di Jl. Prof. Dr. Boenyamin No. 708, Dukuhbandong, grendeng, Kec. Purwokerto Utara, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah. Saat ini UNSOED telah terakreditasi A dengan memiliki 12 Fakultas dengan berbagai bidang keahlian, sebagai berikut:

- 1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
- 2) Fakultas Hukum
- 3) Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
- 4) Fakultas Ilmu Budaya
- 5) Fakultas Pertanian

- 6) Fakultas Biologi
- 7) Fakultas MIPA
- 8) Fakultas Kedokteran
- 9) Fakultas Peternakan
- 10) Fakultas Ilmu-Ilmu Kesehatan
- 11) Fakultas Teknik
- 12) Fakultas Perikanan dan Kelautan

Dari 12 fakultas di atas, terdapat 57 Program Studi S1 didalamnya. Selain itu juga terdapat Program Pascasarjana

Gambar 4. 2
Logo Universitas Jendral Soedirman



Sumber: Website Resmi Universitas Jendral Soedirman

3) Universitas Muhammadiyah Purwokerto

Universitas Muhammadiyah Purwokerto atau yang biasa dikenal dengan sebutan UMP merupakan perguruan tinggi swasta terbesar di Jawa Tengah bagian Barat. UMP merupakan peralihan dari Institut Keguruan dan Ilmu Pendidikan (IKIP) Muhammadiyah Purwokerto yang merupakan cabang IKIP Muhammadiyah Surakarta cabang Purwokerto yang memisahkan diri. Kemudian terjadi perubahan bentuk menjadi Universitas Muhammadiyah Purwokerto pada tanggal 26 Juli 1995. Perguruan tinggi ini terletak di Dukuhwaluh, Kec. Kembaran, Purwokerto Timur. UMP memiliki 11 fakultas dengan 36 Program Studi D3, D4, dan S1, fakultas tersebut diantaranya sebagai berikut:

- 1) Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
- 2) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
- 3) Fakultas Teknik dan Sains
- 4) Fakultas Pertanian dan Perikanan
- 5) Fakultas Psikologi
- 6) Fakultas Agama Islam
- 7) Fakultas Farmasi
- 8) Fakultas Ilmu Kesehatan
- 9) Fakultas Kedokteran
- 10) Fakultas Hukum
- 11) Fakultas Ilmu Budaya dan Komunikasi

Selain itu, di UMP juga terdapat 8 Program Studi Pascasarjana dan 5 Program Profesi. Saat ini UMP telah terakreditasi Unggul.

Gambar 4. 3
Logo Universitas Muhammadiyah Purwokerto



Sumber: Website Resmi Universitas Muhammadiyah
Purwokerto

4) Universitas Wijaya Kusuma Purwokerto

Universitas Wijaya Kusuma atau yang biasa dikenal dengan UNWIKU yang didirikan pada tanggal 17 Juni 1980. Perguruan tinggi ini terletak di Jl. Raya Beji Karangsalam No. 25, Purwokerto, Banyumas, Jawa Tengah. Pendirian universitas ini juga mendapat dukungan dari pemerintah daerah, Universitas Jendral Soedirman, serta masyarakat Purwokerto. UNWIKU Purwokerto telah terakreditasi B dan memiliki 5 Fakultas dengan 5 Program Studi S1. 5 fakultas tersebut diantaranya sebagai berikut:

- 1) Fakultas Hukum
- 2) Fakultas Ekonomika dan Bisnis
- 3) Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
- 4) Fakultas Teknik
- 5) Fakultas Peternakan

Gambar 4. 4
Logo Universitas Wijaya Kusuma Purwokerto



Sumber: Website resmi Universitas Wijaya Kusuma
Purwokerto

5) Universitas AMIKOM Purwokerto

Awal mula berdirinya Universitas MIKOM Purwokerto berawal dari STMIK AMIKOM Yogyakarta yang mendapat kepercayaan oleh masyarakat dan pemerintah membuat keputusan untuk mendirikan Yayasan IMKI Purwokerto Kemudian pada 21 November 2002 yayasan tersebut disahkan dan atas saran dan masukan Dirjen Dikti nama Yayasan IMKI Purwokerto berubah mnejadi Yayasan AMIKOM Purwokerto. Pada akhir tahun 2018 mengajukan perubahan bentuk dari STMIK menjadi Universitas, dan tepat tanggal 2 Juli 2019 resmi diterima. Universitas AMIKOM Purwokerto

memiliki 2 Fakultas yaitu Fakultas Ilmu Komputer dan Fakultas Bisnis dan Ilmu Sosial dan terdapat 5 Program Studi S1 di dalamnya.

Gambar 4. 5
Logo Universitas AMIKOM Purwokerto



Sumber: Website resmi Universitas Amikom Purwokerto

- 6) Universitas Nahdlatul Ulama Purwokerto
Universitas Nahdlatul Ulama Purwokerto atau biasa disebut dengan UNU Purwokerto merupakan salah satu perguruan tinggi yang berada di bawah naungan besar Nahdlatul Ulama yang didirikan pada 30 November 2016. Perguruan tinggi ini terletak di Jl. Sultan Agung No.42, Karangklesem, Purwokerto Selatan, Kab.Banyumas. UNU Purwokerto memiliki 3 Fakultas dengan 18 Program Studi S1.

Gambar 4. 6
Logo Universitas Nahdlatul Ulama Purwokerto



Sumber : Websiter Resmi Universitas Nahdlatul Ulama (UNU)
Purwokerto

7) Universitas Bina Sarana Informatika Purwokerto

Pada awalnya merupakan Akademi Bina Sarana Informatika (BSI) dan telah diresmikan berganti menjadi Universitas Bina Sarana Informatika (UBSI). Universitas Bina Sarana Informatika Purwokerto terletak di Jalan HR. Bunyamin No.106, Sumampir Wetan, Pabuaran, Kec. Purwokerto Utara, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah. Memiliki 4 fakultas yaitu, fakultas teknik, fakultas teknologi Informasi, Fakultas Komunikasi dan Bahasa serta Fakultas Ekonomi dan Bisnis dengan 19 Program Studi didalamnya.

Gambar 4. 7
Logo Universitas Bina Sarana Informatika Purwokerto



Sumber: Website Resmi Universitas Bina Sarana Informatika Purwokerto

B. Deskripsi Karakteristik Responden

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa dari beberapa universitas yang ada di Purwokerto yang terdapat jurusan ekonomi yang memiliki keterkaitan dengan bidang kewirausahaan maupun universitas yang memiliki mata kuliah serta program kewirausahaan.

1. Karakteristik Responen Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil penelitian dan data yang diperoleh dari penyebaran angket/kuisisioner melalui *google form*, diperoleh data mengenai jenis kelamin responden sebagai berikut:

Tabel 4. 1**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

NO.	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1.	Laki-laki	16	16%
2.	Perempuan	84	84%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Universitas

Dalam penelitian ini universitas yang akan dijadikan responden berasal dari 6 universitas yang ada di Purwokerto dengan perolehan data jumlah mahasiswa aktif dari masing-masing universitas, sebagai berikut:

- 1) UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto: 14.514 mahasiswa
- 2) Universitas Jendral Soedirman: 24.376 mahasiswa
- 3) Universitas Muhammadiyah Purwokerto: 17.626 mahasiswa
- 4) Universitas Wijaya Kusuma Purwokerto: 4.369 mahasiswa
- 5) Universitas Nahdlatul Ulama Purwokerto: 2.066 mahasiswa
- 6) Universitas Amikom Purwokerto: 3.481 mahasiswa
- 7) Universitas Bina Sarana Informatika (BSI) Purwokerto: 1.099 mahasiswa

Berdasarkan hasil penelitian dan data yang diperoleh dari penyebaran angket/kuisisioner melalui *google form*, diperoleh data mengenai identitas universitas dari masing-masing responden sebagai berikut:

Tabel 4. 2**Karakteristik Responden Berdasarkan Universitas**

NO.	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1.	UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto	25	25%

2.	Universitas Jendral Soedirman Purwokerto	16	16%
3.	Universitas Muhammadiyah Purwokerto	12	12%
4.	Universitas Wijaya Kusuma Purwokerto	12	12%
5.	Universitas Amikom Purwokerto	10	10%
6.	Universitas Nahdlatul Ulama Purwokerto	13	13%
7.	Universitas Bina Sarana Informatika (BSI) Purwokerto	10	10%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Memiliki Wirausaha

Berdasarkan hasil penelitian dan data yang diperoleh dari penyebaran angket/kuisisioner melalui *google form*, diperoleh data mahasiswa di kota purwokerto yang saat ini memiliki wirausaha maupun tidak, sebagai berikut:

Tabel 4. 3

Karakteristik Responden Berdasarkan Kepemilikan Wirausaha

NO.	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1.	Mahasiswa yang memiliki wirausaha	40	40,%
2.	Mahasiswa yang tidak memiliki wirausaha	60	60%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

C. Hasil Penelitian

1. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif untuk menjelaskan variabel penelitian. Selain itu, uji statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran luas tentang data yang digunakan dalam penelitian. Nilai rata-rata (mean), standar deviasi, nilai maksimum, dan nilai minimum adalah beberapa contoh statistik deskriptif. Tabel berikut menunjukkan statistik deskriptif untuk setiap pernyataan yang berkaitan dengan masing-masing variabel.

Tabel 4. 4
Analisis Uji Deskriptif

	N	Mini- mum	Maxi- mum	Mean	Std. Devia- tion
Kepercayaan Diri (X1)	100	5.87	21.20	16.9765	3.42175
Persepsi Resiko (X2)	100	6.30	16.86	12.3959	2.62300
Perkembangan Media Sosial (X3)	100	5.41	17.02	13.9811	2.69060
Minat Berwirausaha (Y)	100	10.36	26.83	21.1152	4.63676
Valid N (listwise)	100				

Sumber: Data kuisisioner yang diolah (Output SPSS 27), 2024

Tabel 4.4 hasil uji deskriptif menunjukkan distribusi data penelitian:

- 1) Variabel Kepercayaan Diri (X1) digambarkan memiliki nilai minimum atau nilai terendah dari data responden sebesar 5,87 dan memiliki nilai maksimum atau nilai tertinggi dari data responden sebesar 21,20. Nilai rata-rata kepercayaan diri sebesar 16,9765 dan standar deviasi sebesar 3,42175. Artinya, nilai rata-rata tingkat kepercayaan diri mahasiswa di kota Purwokerto cukup tinggi menunjukkan bahwa mayoritas kepercayaan diri responden relatif tinggi, meskipun terdapat variasi yang signifikan dari mereka.

- 2) Variabel Perkembangan Media Sosial (X3) digambarkan memiliki nilai minimum atau nilai terendah dari data responden sebesar 5,41 dan memiliki nilai maksimum atau nilai tertinggi dari data responden sebesar 17,02. Nilai rata-rata kepercayaan diri sebesar 13,9811 dan standar deviasi sebesar 2,69060. Artinya, nilai rata-rata mayoritas responden menilai perkembangan media sosial cukup penting tetapi tidak terlalu signifikan dan banyak pandangan diantara mahasiswa terkait seberapa besar perkembangan media sosial mempengaruhi minat berwirausaha.
- 3) Variabel Persepsi Resiko (X2) digambarkan memiliki nilai minimum atau nilai terendah dari data responden sebesar 6,30 dan memiliki nilai maksimum atau nilai tertinggi dari data responden sebesar 16,86. Nilai rata-rata kepercayaan diri sebesar 12,3959 dan standar deviasi sebesar 2,62300. Artinya, nilai rata-rata persepsi resiko mahasiswa di kota Purwokerto terhadap wirausaha berada di tingkat menengah dengan pandangan terhadap persepsi resiko cukup bervariasi.
- 4) Variabel Minat Berwirausaha (Y) digambarkan memiliki nilai minimum atau nilai terendah dari data responden sebesar 10,36 dan memiliki nilai maksimum atau nilai tertinggi dari data responden sebesar 26,83. Nilai rata-rata kepercayaan diri sebesar 21,1152 dan standar deviasi sebesar 4,63676. Artinya, nilai rata-rata minat berwirausaha menunjukkan bahwa banyak responden yang memiliki minat berwirausaha tetapi masih bervariasi pandangan responden terhadap minat tersebut seperti mencerminkan adanya perbedaan motivasi, keyakinan ataupun kesiapan untuk memulai dunia wirausaha.

2. Method of Successive Interval (MSI)

Menurut (Gunarto, 2017) Method Successive Interval (MSI) adalah metode penskalaan untuk menaikkan skala pengukuran ordinal ke skala interval. Berdasarkan definisi diatas dapat dipahami bahwa

Method Successive Interval (MSI) adalah alat untuk mengubah data dari ordinal ke interval. Berikut merupakan tahapan proses mengubah data berskala ordinal menjadi data berskala interval:

- 1) Menghitung frekuensi
- 2) Menghitung proporsi
- 3) Menghitung proporsi kumulatif
- 4) Menghitung nilai z (distribusi normal)
- 5) Menentukan nilai batas Z
- 6) Menghitung scale value (interval rata-rata) untuk setiap kategori
- 7) Menghitung penskalaan.

3. Hasil Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan suatu pengujian yang digunakan untuk melihat ukuran instrumen memiliki tingkat kevalidan. Suatu instrumen dari kuisioner dikatakan valid apabila instrumen tersebut dapat dengan tepat mengukur apa yang hendak diukur (Sugiyono, 2013). Sehingga dapat dikatakan bahwa validitas berhubungan dengan ketepatan pada alat ukur. Apabila suatu instrumen memiliki tingkat validitas tinggi maka data tersebut dinilai valid dan dapat dianggap mewakili variabel yang diukur sesuai yang diinginkan oleh peneliti, sedangkan apabila nilai validitas rendah maka instrumen tersebut masih belum valid dan dapat dianggap kurang mewakili variabel yang diteliti.

Untuk menguji uji validitas, salah satu metode yang digunakan yaitu membandingkan antara nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} untuk *degree of freedom* (df) = $n-2$ yaitu jumlah sampel dengan tingkat kepercayaan 95% (atau 0,05). Data yang di uji dikatakan valid jika nilai signifikansi $< 0,05$ atau nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$. Sebaliknya, jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka hubungan tersebut tidak dapat dianggap sah atau valid. Jumlah sampel (n) sebanyak 30 responden, jadi nilai r_{tabel} dapat ditentukan dengan perhitungan di bawah ini:

$$\begin{aligned}
 r\text{-tabel} &= n-2 \\
 &= 100-2 \\
 &= 98 \\
 &= 0,1966
 \end{aligned}$$

Berikut adalah hasil dari uji validitas yang dilakukan menggunakan aplikasi SPSS versi 27:

Tabel 4. 5
Hasil Uji Validitas

Variabel	No.Item	Nilai r-tabel	Nilai r-hitung	Keterangan
Kepercayaan Dir (X ₁)	X1.1	0,1966	0,814	Valid
	X1.2	0,1966	0,807	Valid
	X1.3	0,1966	0,763	Valid
	X1.4	0,1966	0,712	Valid
	X1.5	0,1966	0,799	Valid
Persepsi Resiko (X ₂)	X2.1	0,1966	0,754	Valid
	X2.2	0,1966	0,729	Valid
	X2.3	0,1966	0,660	Valid
	X2.4	0,1966	0,734	Valid
Perkembangan Media Sosial (X ₃)	X3.1	0,1966	0,729	Valid
	X3.2	0,1966	0,778	Valid
	X3.3	0,1966	0,828	Valid
	X3.4	0,1966	0,790	Valid
Minat Berwirausaha (Y)	X4.1	0,1966	0,643	Valid
	X4.2	0,1966	0,807	Valid
	X4.3	0,1966	0,760	Valid
	X4.4	0,1966	0,744	Valid
	X4.5	0,1966	0,806	Valid
	X4.6	0,1966	0,767	Valid

	X4.7	0,1966	0,741	Valid
--	------	--------	-------	-------

Sumber: Data kuisisioner yang diolah (Output SPSS 27), 2024

Berdasarkan tabel 4.4 diatas membuktikan bahwa hasil perhitungan uji validitas pada setiap pernyataan item yaitu pada variabel Kepercayaan Diri (X_1) berjumlah 5 item instrument, Persepsi Resiko (X_2) berjumlah 4 instrumen, Perkembangan Media Sosial (X_3) berjumlah 4 item instrumen dan, dn variabel Minat Berwirausaha berjumlah 7 pertanyaan. Dari data di atas menunjukkan bahwa $r_{hitung} > r_{tabel}$. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan dalam kuisisioner terbukti valid dan dapat dimasukkan dalam analisis berikutnya.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuisisioner yang mempunyai indikator variabel atau konstruk. Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang (Sugiyono, 2013). Hal ini dilakukan untuk mengetahui instrumen tersebut layak atau tidak digunakan sebagai alat ukur kepada responden.

Alat ukur dikatakan reliabel jika menghasilkan hasil yang sama meskipun dilakukan pengukuran berkali-kali. Tingkat reliabilitas bisa ditinjau melalui aplikasi SPSS menggunakan angka pada tabel *cornbach's alpha*. Apabila nilai *cornbach's alpha* $\geq 0,6$ maka bisa diambil kesimpulan bahwa instrumen tersebut reliabel.

Tabel 4. 6

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Cronbach Alpha	Standar Nilai Cronbach Alpha	Keterangan
Kepercayaan Diri (X ₁)	0,838	≥ 0,60	Reliabel
Persepsi Resiko (X ₂)	0,689	≥ 0,60	Reliabel
Perkembangan Media Sosial (X ₃)	0,787	≥ 0,60	Reliabel
Minat Berwirausaha (Y)	0,872	≥ 0,60	Reliabel

Sumber: Data kuisisioner yang diolah (Output SPSS 27), 2024

Berdasarkan Tabel 4.5 menunjukkan hasil dari uji reliabilitas dalam penelitian ini, bahwa nilai cronbach's alpha atas variabel Kepercayaan Diri (X₁) sebesar 0,838, variabel Persepsi Resiko (X₂) sebesar 0,689, variabel Perkembangan Media Sosial (X₃) sebesar 0,787 dan variabel Minat Berwirausaha (Y) sebesar 0,872. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan dalam kuisisioner menunjukkan hasil reliabel karena hasilnya $\geq 0,60$. Hal ini menunjukkan bahwa semua item pernyataan yang digunakan memperoleh data yang konsisten sehingga data tersebut dapat dilanjutkan untuk pengujian hipotesis.

4. Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui data terdistribusi normal atau tidak. Sebuah data dikatakan terdistribusi normal jika nilai residualnya terstandarisasi Sebagian besar

mendekati rata-ratanya. Penelitian ini menggunakan kormogorov-smirnov yaitu dengan membandingkan distribusi data yang akan di uji dengan distribusi normal baku.

Tabel 4. 7
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandard- ized Residual	
N		100	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	3.07247238	
Most Extreme Differ- ences	Absolute	.086	
	Positive	.086	
	Negative	-.054	
Test Statistic		.086	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.065	
Monte Carlo Sig. (2- tailed) ^d	Sig.	.069	
	99% Confidence Inter- val	Lower Bound	.062
		Upper Bound	.075

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 926214481.

Sumber: Data kuisisioner yang diolah (Output SPSS 27), 2024

Berdasarkan tabel output diatas, membuktikan bahwa nilai sig-nifikansi Asymp.Sig (2-tailed) adalah 0,065 yang berarti $\geq 0,05$. Dengan demikian nilai tersebut sudah sesuai dengan dasar pengambil-an keputusan uji normalitas Kolmogorov-Smirnov. Maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal dan sumsi atau kriteria normalitas pada table telah terpenuhi.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas merupakan hubungan linear antara variabel independen di dalam regresi berganda. Uji multikolinearitas ditujukan untuk melihat hubungan/korelasi antara masing-masing variabel.. model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen.

Uji multikolinearitas dalam model regresi ditetapkan berdasarkan nilai *Tolerance* (TOL) dan nilai *Variance Inflation Faktor* (VIF). Jika nilai tolerance $\geq 0,10$ dan nilai VIF ≤ 10 , maka variabel bebas dinyatakan tidak terdapat gejala multikolinearitas. Namun, apabila nilai *Tolerance* $< 0,10$ dan nilai VIF > 10 , maka variabel bebas dinyatakan terjadi gejala multikolinearitas.

Tabel 4. 8
Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
(Constant)	.852	1.974		.431	.667		
Kepercayaan Diri (X1)	.484	.130	.357	3.723	.000	.496	2.014
1 Persepsi Resiko (X2)	.180	.129	.102	1.393	.167	.854	1.171
Perkemabngan Media Sosial (X3)	.702	.164	.407	4.287	.000	.507	1.972

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha (Y)

Sumber: Data kuisisioner yang diolah (Output SPSS 27), 2024

Berdasarkan hasil pengujian multikolinearitas pada tabel 4.7 di atas, hal ini menunjukkan masing-masing variabel memiliki nilai table output *coeficients* dengan nilai VIF ≤ 10 dari setiap variabel bebas yaitu Kepercayaan Diri (X_1) sebesar 2,014, Persepsi Resiko (X_2) sebesar 1,171, dan Perkembangan Media Sosial (X_3) sebesar 1,972.

Sedangkan apabila dilihat melalui nilai TOL (*Tolerance*) pada masing-masing variabel memiliki nilai TOL (*Tolerance*) $\geq 0,10$ yaitu Kepercayaan Diri sebesar, Persepsi Resiko (X_2) sebesar, dan Perkembangan Media Sosial (X_3) sebesar . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model regresi linear berganda tidak terjadi gejala multikolineritas.

c. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heterokedastisitas yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Dalam konteks ini, model regresi dianggap bagus jika tidak ada heterokedastisitas, artinya residu memiliki variasi yang stabil.

Dalam penelitian ini menggunakan metode glejser yang dilakukan dengan cara meregresikan variabel-variabel beba terhadap nilai mutlak residualnya. Dengan melihat nilai Sig. antara variabel bebas dengan variabel absolut residual $\geq 0,05$ maka tidak terjadi heterokedastisitas. Namun, jika nilai Sig. antara variabel bebas dengan variabel absolute residual $< 0,05$ maka terdapat gejala heterokedastisitas.

Tabel 4. 9
Hasil Uji Heterokedastisitas
Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.606	1.232		3.738	.000
	Kepercayaan Diri (X1)	-.059	.081	-.102	-.730	.467
	Persepsi Resiko (X2)	-.193	.081	-.255	-2.395	.019
	Perkemabngan Media Sosial (X3)	.080	.102	.109	.788	.433

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber: Data kuisisioner yang diolah (Output SPSS 27), 2024

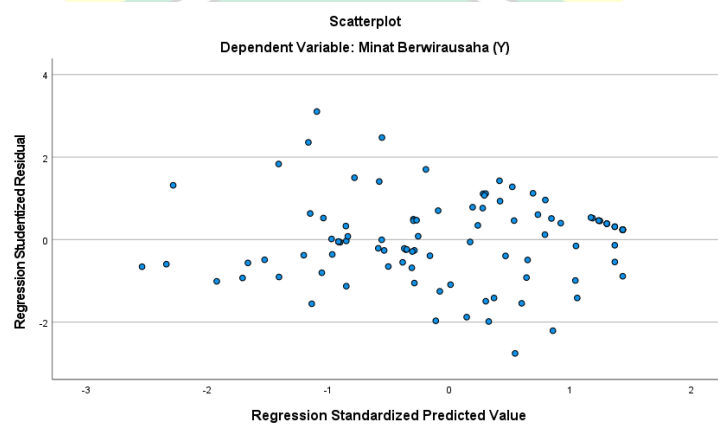
Berdasarkan hasil output uji heterokedastisitas pada Tabel 4.8, membuktikan bahwa hasil setiap variabel memiliki signifikansi $\geq 0,05$ yaitu Kepercayaan Diri (X_1) sebesar 0,47, Persepsi Resiko (X_2) sebesar 0,019, dan Perkembangan Media Sosial (X_3) sebesar 0,433. dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala heterokedastisitas pada model regresi yang digunakan.

d. Uji Linearitas

Uji linearitas merupakan suatu uji yang dapat digunakan untuk melihat apakah model yang dibuat memiliki hubungan linear atau tidak antara variabel terikat dengan variabel bebas. Uji linearitas digunakan untuk mengkonfirmasi sifat linear antara dua variabel yang diidentifikasi secara teori sesuai atau tidak dengan hasil observasi. Metode statistik yang digunakan pada uji linearitas ini adalah dengan melakukan pemeriksaan *scatterplot*. Pada *scatterplot*, sumbu horizontal menggambarkan nilai prediksi terstandarisasi,

sedangkan sumbu vertikal menggambarkan nilai residual terstandarisasi. Apabila nilai-nilai tersebut acak atau tidak membentuk sebuah pola tertentu dan tersebar di sekitar angka nol, maka asumsi linearitas terpenuhi.

Gambar 4. 8
Hasil Uji Linieritas
Scatterplot



Berdasarkan data pada Gambar 4.10 diatas, dapat dilihat bahwa pola menyebar secara acak baik di atas maupun dibawah angka nol pada sumbu regression standardrized residual. Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi pada uji linearitas dengan analisis grafik dinyatakan linear.

5. Analisis Data

Uji Regresi Linear Berganda

Regresi linier berganda adalah analisis statistik yang digunakan untuk menguji hubungan pengaruh antara lebih dari satu variabel bebas atau variabel independen terhadap variabel terikat atau variabel dependen. Analisis regresi linier berganda digunakan pada penelitian ini karena terdiri dari beberapa variabel bebas. Analisis ini digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel

bebas yaitu kepercayaan diri (X_1), persepsi resiko (X_2), dan perkembangan media sosial (X_3) dengan variabel terikat yaitu minat berwirausaha (Y) apakah setiap variabel bebas memiliki pengaruh hubungan positif atau negatif Dengan rumus ekonometrika sebagai berikut:

Keterangan:

\hat{Y} = Minat berwirausaha

α = Konstanta

β_1 = Koefisien regresi dari kepercayaan diri

β_2 = Koefisien regresi dari persepsi resiko

β_3 = Koefisien regresi dari perkembangan media sosial

X_1 = Kepercayaan diri

X_2 = Persepsi resiko

X_3 = Perkembangan media sosial

e = Nilai residu

Tabel 4. 10
Hasil Uji Regresi Linear Berganda
Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.852	1.974		.431	.667
	Kepercayaan Diri (X1)	.484	.130	.357	3.723	.000
	Persepsi Resiko (X2)	.180	.129	.102	1.393	.167
	Perkembangan Media Sosial (X3)	.702	.164	.407	4.287	.000

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha (Y)

Sumber: Data kuisiner yang diolah (Output SPSS 27), 2024

Berdasarkan Tabel 4.9 diatas maka hasil dari analisis regresi linier berganda diperoleh koefisien untuk variabel bebas $X_1 = 0,489$, $X_2 = 0,180$, $X_3 = 0,702$ dengan konstanta sebesar 0,852 sehingga model persamaan regresi yang di peroleh sebagai berikut :

$$\hat{Y} = 0,852 + 0,484X_1 + 0,180X_2 + 0,729X_3 + e$$

Keterangan:

\hat{Y} = Minat berwirausaha

α = Konstanta

β_1 = Koefisien regresi dari kepercayaan diri

β_2 = Koefisien regresi dari persepsi resiko

β_3 = Koefisien regresi dari perkembangan media sosial

X_1 = Kepercayaan diri

X_2 = Persepsi resiko

X_3 = Perkembangan media sosial

e = Nilai residu

Dari persamaan regresi linier berganda tersebut, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Nilai konstanta (α) sebesar 0,852 menunjukkan bahwa jika Kepercayaan Diri (X_1), Persepsi Resiko (X_2), dan Perkembangan Media Sosial (X_3) konstan atau tidak mengalami perubahan, maka Minat Berwirausaha (Y) yaitu sebesar 0,852.
- 2) Koefisien regresi Persepsi Resiko (X_2) dari perhitungan linier berganda didapat nilai koefisien = 0,180. Selain itu, dapat dikatakan juga bahwa berpengaruh positif terhadap Minat Berwirausaha (Y). Hal ini berarti setiap ada peningkatan Persepsi Resiko (X_2) sebesar 1 satuan maka Minat Berwirausaha (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,180 dengan anggapan variabel X_1 dan X_3 adalah konstan.

- 3) Koefisien regresi Kepercayaan Diri (X_1) dari perhitungan linier berganda didapat nilai koefisien = 0,484. Selain itu, bisa diartikan juga bahwa berpengaruh positif terhadap Minat Berwirausaha (Y). hal tersebut berarti menunjukkan bahwa setiap ada peningkatan rasa kepercayaan diri (X_1) sebesar 1 satuan maka Minat Berwirausaha (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,484 dengan anggapan variabel X_2 dan X_3 adalah konstan.
- 4) Koefisien regresi Perkembangan Media Sosial (X_3) dari perhitungan linier berganda didapat nilai koefisien = 0,729. Selain itu, bisa diartikan juga bahwa variabel Perkembangan Media Sosial (X_3) berpengaruh positif terhadap Minat Berwirausaha (Y). hal ini berarti setiap ada peningkatan Perkembangan Media Sosial (X_3) sebesar 1 satuan maka Minat Berwirausaha (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,729 dengan anggapan variabel X_1 dan X_2 adalah konstan.
6. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji T atau Uji Parsial bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas (X) secara parsial memiliki pengaruh terhadap variabel terikat (Y). Pengambilan keputusan pada uji t dapat dilihat dari beberapa kriteria penerimaan atau penolakan dari hipotesis, yaitu:

- 1) Hipotesis diterima jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau nilai signifikan ($sigt$) $> 0,05$ maka menunjukkan terdapat pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y.
- 2) Hipotesis diterima jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau nilai signifikan ($sigt$) $\leq 0,05$ maka menunjukkan tidak terdapat pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y.

Untuk menentukan nilai dari t_{tabel} dapat menggunakan rumus persamaan dibawah ini, yaitu:

$$T_{tabel} = (\alpha/2 ; n-k-1)$$

$$= (0,05/2 ; 100-3-1)$$

$$= 0,025 ; 96$$

$$= 1,988$$

Keterangan:

α = nilai probabilitas (0,05)

n = jumlah sampel penelitian

k = jumlah variabel bebas

Tabel 4. 11
Hasil Uji t
Coefficient

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.852	1.974		.431	.667
	Kepercayaan Diri (X1)	.484	.130	.357	3.723	.000
	Persepsi Resiko (X2)	.180	.129	.102	1.393	.167
	Perkembangan Media Sosial (X3)	.702	.164	.407	4.287	.000

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha (Y)

Sumber: Data kuisisioner yang diolah (Output SPSS 27), 2024

Tabel diatas menunjukkan bahwa uji t yang dilakukan terhadap variabel Kepercayaan Diri (X_1) memperoleh nilai thitung sebesar 3,723 dengan signifikan sebesar 0,000 yang artinya thitung lebih besar dari t_{tabel} ($3,723 \geq 1,988$) atau signifikan t lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama

(Ha₁) diterima, yang berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel Kepercayaan Diri (X₁) terhadap Minat Berwirausaha (Y).

Uji t yang dilakukan terhadap variabel Persepsi Resiko (X₂) memperoleh nilai t_{hitung} sebesar 1,393 dengan signifikan sebesar 0,167 yang artinya t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} ($1,393 \leq 1,988$) atau signifikan t lebih besar dari 0,05 ($0,167 > 0,05$). Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua (Ha₂) ditolak, yang berarti tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel Persepsi Resiko (X₂) terhadap Minat Berwirausaha (Y).

Uji t yang dilakukan terhadap variabel Perkembangan Media Sosial (X₃) memperoleh nilai t_{hitung} sebesar 4,287 dengan signifikan sebesar 0,000 yang artinya t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($4,287 \geq 1,988$) atau signifikan t lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga (Ha₃) diterima, yang berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel Perkembangan Media Sosial (X₃) terhadap Minat Berwirausaha (Y).

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan untuk mengukur pengaruh bersama-sama ataupun secara simultan dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Untuk menarik kesimpulan apakah variabel bebas secara simultan mempengaruhi variabel terikat, maka perlu membandingkan nilai F_{hitung} dengan nilai F_{tabel} yang sesuai. Dasar pengambilan keputusan dalam uji F yaitu dapat dilihat melalui dua cara berdasarkan kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis sebagai berikut:

- 1) Hipotesis diterima jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau nilai signifikan (sigF) $\leq 0,05$ maka menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y).

- 2) Hipotesis ditolak jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau signifikan ($\text{sig}F$) $> 0,05$ maka menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y).

Untuk menentukan nilai dari F_{tabel} dapat menggunakan persamaan sebagai berikut:

$$\begin{aligned} F_{tabel} &= \alpha ; (k ; n-k-1) \\ &= 0,05 ; (3 ; 100-3-1) \\ &= 0,05 ; 3 ; 96 \\ &= 2,70 \end{aligned}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel penelitian

k = jumlah variabel bebas

Tabel 4. 12
Hasil Uji F
ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1193.885	3	397.962	40.879	.000 ^b
	Residual	934.569	96	9.735		
	Total	2128.454	99			

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha (Y)

b. Predictors: (Constant), Perkembangan Media Sosial (X3), Persepsi Resiko (X2), Kepercayaan Diri (X1)

Sumber: Data kuisisioner yang diolah (Output SPSS 27), 2024

Berdasarkan hasil uji F pada Tabel 4.11 menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} sebesar 40,879 dengan signifikan F sebesar 0,000 yang berarti bahwa F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} ($40,879 \geq 2,70$) atau signifikan F lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$).

Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis keempat (H_{a4}) diterima, yang berarti Kepercayaan Diri (X_1), Persepsi Resiko

(X_2), dan Perkembangan Media Sosial (X_3) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha (Y).

c. Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R Square*)

Koefisien determinasi ialah suatu ukuran yang dipakai untuk mengetahui sejauh mana tingkat kesesuaian antara variabel bebas dengan variabel terikat. *Adjusted R Square* merupakan koefisien determinasi untuk mengatasi bias yang mungkin timbul, sehingga dapat mempengaruhi naik turunnya nilai yang telah disesuaikan akibat penambahan variabel atau perubahan dalam ukuran sampel. *Adjusted R Square* selalu mempunyai nilai yang lebih rendah daripada *R Square*, dan mungkin mempunyai nilai negatif.

Tabel 4. 13
Hasil Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R Square)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.749 ^a	.561	.547	3.12011

a. Predictors: (Constant), Perkembangan Media Sosial (X_3), Persepsi Resiko (X_2), Kepercayaan Diri (X_1)

Sumber: Data kuisisioner yang diolah (Output SPSS 27), 2024

Berdasarkan Tabel 4.12 diperoleh data nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,547 atau 54,7% yang berarti bahwa variabel Kepercayaan Diri, Persepsi Resiko, dan Perkembangan Media Sosial dapat mempengaruhi variabel Minat Berwirausaha (Y) sebesar 54,7%. Sedangkan sisanya sebesar 45,3% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh Kepercayaan Diri Terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa di kota Purwokerto

Dari berbagai faktor yang dapat mempengaruhi minat berwirausaha baik faktor intrinsik maupun ekstrinsik, salah satu faktor yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kepercayaan diri. Kepercayaan diri merupakan suatu keyakinan dalam diri individu mengenai kemampuan yang terdapat di dalam diri saat melakukan sebuah tindakan yang perlu dilakukan guna mencapai hasil tertentu. Kepercayaan diri disini termasuk dalam faktor intrinsik sesuai dengan teori yang digunakan penelitian ini yaitu *Theory of Planned Behavior* yang mengatakan bahwa minat adalah gambaran usaha atau upaya seseorang dalam mencoba untuk melakukan sesuatu. Minat seseorang dipengaruhi oleh tiga faktor yaitu: sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol terhadap perilaku. Salah satu dari faktor minat tersebut terdapat faktor latar belakang individu pada persepsi kontrol perilaku yaitu kepercayaan diri. Ajzen mengatakan bahwa setiap orang memiliki kepercayaan diri yang berbeda beda yang dapat mempengaruhi minat berwirausaha seseorang.

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel Kepercayaan Diri (X_1) terhadap Minat Berwirausaha (Y) pada mahasiswa di kota Purwokerto. Hal tersebut dapat dibuktikan dari hasil perhitungan yang menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 3,723 dengan signifikan t sebesar 0,000 yang artinya $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,723 > 1,988$) atau signifikan t lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama (H_{a1}) diterima, yang berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel Kepercayaan Diri (X_1) terhadap Minat Berwirausaha (Y).

Kepercayaan diri menjadi faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha dalam diri seseorang. Hasil dari rata-rata jawaban responden dapat disimpulkan bahwa kepercayaan diri merupakan hal

yang berpengaruh dalam minat berwirausaha yang semakin memotivasi seseorang untuk terus berkembang dengan inovasi yang dimiliki. Hal tersebut sesuai dengan penelitian dari Melati, Farliana dan Raeni (2019) mengatakan bahwa kepercayaan diri yang tercermin dalam peningkatan status eksistensial sebelum dan sesudah proyek kewirausahaan mengimplikasikan peningkatan kepercayaan diri siswa dalam menjalankan perannya sebagai wirausaha. Kepercayaan diri yang tinggi mengacu pada persepsi-persepsi seseorang tentang kemampuannya untuk menghasilkan suatu tindakan, hal tersebut perlu dilakukan oleh seorang wirausahawan untuk membuat sebuah keputusan yang akan diambil untuk memajukan kegiatan usahanya.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Fauziah Ulfa (2019) dengan judul “pengaruh ketahananmangan dan kepercayaan diri terhadap minat berwirausaha”. Hasil penelitian tersebut dibuktikan dari hasil nilai thitung 2,461 > ttabel 1,984 yang menunjukkan bahwa kepercayaan diri berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa di kota Purwokerto.

2. Pengaruh Persepsi Resiko Terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa di kota Purwokerto

faktor berikutnya yang dapat mempengaruhi minat berwirausaha seseorang yaitu faktor persepsi resiko. Persepsi resiko termasuk kedalam faktor instrinsik. Persepsi resiko yang diartikan sebagai penilaian pribadi yang bergantung pada sifat psikologis seseorang terhadap situasi yang beresiko dengan khawatir akan dampak dan konsekuensi dari situasi tersebut. dalam *Theory of Planned Behavior* yang berkaitan dengan salah satu faktor yang melatar belakangi teori tersebut yaitu faktor pribadi.

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara variabel Persepsi Resiko (X_2) terhadap variabel Minat berwirausaha (Y) pada mahasiswa di kota Purwokerto. Hal tersebut dapat dibuktikan dari hasil perhitungan yang menunjukkan nilai t_{hitung}

sebesar 1,393 dengan signifikan sebesar 0,167 yang artinya t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} ($1,393 \leq 1,988$) atau signifikan t lebih besar dari 0,05 ($0,167 > 0,05$). Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua (H_{a2}) ditolak, yang berarti tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel Persepsi Resiko (X_2) terhadap Minat Berwirausaha (Y). Hasil tersebut menjelaskan bahwa persepsi resiko tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha.

Dari penelitian ini menunjukkan semakin meningkat persepsi seseorang mengenai resiko maka dapat menurunkan minat seseorang dalam berwirausaha. Hasil pengujian bahwa persepsi resiko yang mendeskripsikan perasaan rugi, perasaan penuh resiko dan timbulnya masalah yang tidak terduga memiliki peran yang rendah untuk mempengaruhi mahasiswa di kota Purwokerto untuk tidak berwirausaha.

Hal tersebut dapat disebabkan karena persepsi resiko yang relatif rendah menunjukkan bahwa mahasiswa di Purwokerto memiliki persepsi resiko yang rendah terkait berwirausaha yang disebabkan oleh minimnya pengalaman dalam kegagalan bisnis yang apabila persepsi resiko dianggap tidak terlalu tinggi, maka tidak terdapat hubungan kuat antara persepsi resiko dengan minat berwirausaha.

Selain itu, pengaruh faktor lain terhadap persepsi resiko yang lebih efektif dari berwirausaha dan merasa terdapat jaminan maupun alternatif yang lebih aman sehingga persepsi resiko menjadi faktor yang kurang signifikan dalam berkontribusi pada minat berwirausaha pada mahasiswa Purwokerto. Dari penjelasan tersebut maka dihasilkan bahwa semakin tinggi persepsi resiko, maka akan semakin rendah minat seseorang untuk berwirausaha

Hal tersebut selaras dengan penelitian dari I Gusti Ngurah Gotama (2017) yang berjudul “Aplikasi Theory Of Planned Behavior dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Berinvestasi Mahasiswa Jurusan Akuntansi Universitas Brawijaya”. Hasil penelitiannya menunjukkan

bahwa semakin meningkat persepsi seseorang mengenai risiko maka bisa menurunkan minat seseorang untuk berinvestasi. Hal tersebut disebabkan karena minimnya tanggungan yang dimiliki oleh mahasiswa sehingga memiliki kesempatan yang lebih untuk mencoba hal baru dalam hidupnya. Selain itu, minimnya pengalaman mahasiswa ketika berinvestasi mendapatkan hasil yang tidak sesuai harapan atau belum pernah sama sekali berinvestasi sehingga persepsi risiko belum berkontribusi signifikan untuk memberikan pengaruh terhadap minat dalam berinvestasi

Hal tersebut juga sesuai dengan penelitian dari Finantyo Eddy Wibowo, Tina Nurdiani, dan Ahmad Nuh (2021) yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Persepsi Risiko, dan Lingkungan Teknologi Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus di Sekolah Tinggi Ilmu Syariah Al Wafa Bogor)”. Hasil penelitian tersebut membuktikan bahwa tidak terdapat pengaruh persepsi risiko terhadap minat berwirausaha yang menunjukkan jika responden memiliki beragam persepsi seperti berhati-hati, ada yang berani, dan ragu-ragu dalam memutuskan minat berwirausaha.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa persepsi risiko disini dideskripsikan sebagai perasaan rugi, perasaan penuh risiko dan timbulnya masalah yang tidak terduga bukan merupakan indikator yang tepat untuk mempengaruhi minat berwirausaha mahasiswa di kota Purwokerto.

3. Pengaruh Perkembangan Media Sosial Terhadap Minat berwirausaha pada Mahasiswa di kota Purwokerto

Dari berbagai faktor yang berpengaruh dalam minat seseorang untuk berwirausaha, selain faktor instrinsik yang telah dibahas dalam dua variabel penelitian sebelumnya, selanjutnya ada faktor perkembangan media sosial yang berkaitan dengan faktor ekstrinsik. Dalam *Theory of Planned Behavior* perkembangan media sosial apabila dikaitkan dengan faktor yang melatar belakangi minat seseorang termasuk

dalam faktor informasi. Perkembangan media sosial termasuk dalam faktor informasi karena memuat pengetahuan dan paparan informasi yang bisa diperoleh setiap orang. Perkembangan media sosial yang dimanfaatkan secara maksimal dalam berwiirausaha akan sangat membantu dalam hal promosi dan *branding* usaha.

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel Perkembangan Media Sosial (X_3) terhadap variabel Minat Bwerwirausaha (Y) pada mahasiswa di kota Purwokerto. Hal tersebut dibuktikan dengan perhitungan yang menunjukkan hasil bahwa nilai t_{hitung} sebesar 4,287 dengan signifikan sebesar 0,000 yang artinya t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($4,287 \geq 1,988$) atau signifikan t lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga (H_{a3}) diterima, yang berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel Perkembangan Media Sosial (X_3) terhadap Minat Berwirausaha (Y).

Hasil ini menunjukkan adanya pengaruh positif sehingga dapat dijadikan sebagai acuan oleh responden dalam upaya meningkatkan minat berwirausaha dalam diri. Dari hasil yang diperoleh pada jawaban responden dapat disimpulkan bahwa perkembangan media sosial akan sangat membantu kegiatan wirausaha dengan berbagai aplikasi dan kecanggihan fitur yang dapat memudahkan baik pendiri usaha maupun konsumen yang menjadi pelanggan dalam sebuah usaha. Dari media sosial juga setiap orang dapat memperoleh inovasi yang bisa dikembangkan lagi untuk menjadi potensi usaha.

Hasil penelitian ini sesuai dengan pernyataan hermawan, kertajaya, (2008) yang menyatakan bahwa media sosial memberikan trobosan untuk merubah pola pikir di lingkungan mahasiswa untuk berwirausaha, bisa memperkecil resiko untuk gagal dan mempermudah untuk memasarkan produk lebih luas tanpa biaya yang sangat tinggi. Untuk menjadi wirausaha yang sukses mahasiswa harus bisa memperluas jaringan yang luas untu lebih berkomunikasi dengan yang lainnya

itu menggunakan internet. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ade Nurhayati (2020) yang berjudul “Implementasi jiwa wirausaha dan pemanfaatan media sosial terhadap minat berwirausaha pada mahasiswi Purwakarta”. Hasil penelitian tersebut dibuktikan dengan nilai indeks variabel sebesar 66,01 yang menunjukkan bahwa semua responden memberikan persepsi yang baik terhadap variabel pemanfaatan media sosial.

4. Pengaruh Kepercayaan Diri, Persepsi Resiko, dan Perkembangan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa di kota Purwokerto

Dari tiga variabel yang telah dibahas berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha terdapat kaitan dari ketiga variabel tersebut secara bersama-sama terhadap minat berwirausaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kepercayaan Diri (X_1), Persepsi Resiko (X_2), Perkembangan Media Sosial (X_3) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha (Y). hal ini dibuktikan dengan melihat hasil dari Fhitung sebesar 40,879 dengan signifikan F sebesar 0,000 yang berarti bahwa F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} ($40,879 \geq 2,70$) atau signifikan F lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis keempat (H_{a4}) diterima, yang berarti Kepercayaan Diri (X_1), Persepsi Resiko (X_2), dan Perkembangan Media Sosial (X_3) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha (Y) pada mahasiswa di kota Purwokerto. Berdasarkan hasil perhitungan regresi linier memiliki nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,547 atau 54,7% yang berarti bahwa variabel Kepercayaan Diri Persepsi Resiko dan Perkembangan Media Sosial dapat mempengaruhi terhadap variabel minat berwirausaha (Y) sebesar 54,7%. Sedangkan sisanya sebesar 45,3% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk di dalam penelitian ini.

Hasil penelitian ini sesuai dengan *theory of planned behavior* yang mengatakan bahwa minat adalah gambaran usaha atau upaya seseorang dalam mencoba untuk melakukan sesuatu. Minat seseorang dipengaruhi oleh tiga faktor yaitu: sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol terhadap perilaku. Selain itu, di dalam teori tersebut untuk melakukan keinginan perilaku begitu banyak hal yang mempengaruhi keyakinan seseorang yang dilatarbelakangi oleh tiga faktor yaitu faktor pribadi, faktor sosial, dan faktor informasi. Dari faktor-faktor yang terdapat dalam *theory of planned behavior* kepercayaan diri, persepsi resiko, dan perkembangan media sosial memiliki keterkaitan dalam beberapa faktor tersebut.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Wibowo et al. (2021) yang berjudul “pengaruh pengetahuan kewirausahaan, persepsi resiko, dan lingkungan teknologi terhadap minat berwirausaha (studi kasus di sekolah tinggi ilmu syariah al wafa bogor)”. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa pengetahuan kewirausahaan, persepsi resiko, dan lingkungan teknologi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha khususnya di sekolah tinggi ilmu syariah al wafa bogor dengan perolehan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$.

Kemudian, penelitian ini juga sesuai dengan hasil penelitian dari Kardiana & Melati (2019) yang berjudul “pengaruh pendidikan kewirausahaan, kepercayaan diri, dan ekspektasi pendapatan terhadap minat berwirausaha”. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan, kepercayaan diri, dan ekspektasi pendapatan secara simultan berpengaruh terhadap minat berwirausaha dengan nilai Fhitung sebesar $89,322 > F_{tabel} 2,65$ dengan nilai sig. sebesar $0,000 < 0,05$.

Selanjutnya hasil penelitian ini juga serupa dengan penelitian dari Susilawaty (2022) yang berjudul “pengaruh pendidikan

kewirausahaan dan perkembangan media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa”. Hasil penelitian tersebut menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai Fhitung sebesar $31,543 > 3,15$ sehingga menghasilkan kesimpulan bahwa pendidikan kewirausahaan dan sosial media secara simultan berpengaruh positif signifikan.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini menjelaskan pengaruh kepercayaan diri, persepsi resiko, dan perkembangan media sosial terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa di kota purwokerto. Berdasarkan rumusan masalah dan hipotesis yang telah dipaparkan sebelumnya, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel kepercayaan diri (X1) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha (Y) pada mahasiswa di kota Purwokerto. Hal tersebut dibuktikan berdasarkan hasil dari perhitungan uji t pada tabel 4.11 yang diperoleh nilai signifikansi uji t sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 3,723 \geq 1,988 t_{tabel}$, yang mana secara absolute nilai 3,723 lebih besar dari nilai t_{tabel} . Dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan diri yang dimiliki seseorang, maka akan semakin tinggi pula pengaruh terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa di kota Purwokerto.
2. Variabel persepsi resiko (X2) tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha (Y) pada mahasiswa di kota Purwokerto. Hal tersebut dibuktikan berdasarkan hasil dari perhitungan uji t pada tabel 4.11 yang diperoleh nilai signifikansi uji t sebesar $0,167 > 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 1,393 \leq 1,988 t_{tabel}$, yang mana secara absolute nilai 1,393 lebih kecil dari nilai t_{tabel} artinya semakin tinggi persepsi resiko akan semakin rendah minat seseorang untuk berwirausaha.
3. Variabel perkembangan media sosial (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha (Y) pada mahasiswa di kota Purwokerto. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil perhitungan uji t dengan nilai $t_{hitung} 4,287 \geq 1,988 t_{tabel}$ dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Sehingga semakin canggih dan majunya perkembangan

media sosial maka akan semakin membantu dunia wirausaha dan semakin tinggi juga pengaruh terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa di kota Purwokerto.

4. Variabel kepercayaan diri, persepsi resiko, dan perkembangan media sosial secara simultan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa di kota Purwokerto. Hal ini dibuktikan dengan hasil perhitungan uji F dengan nilai F_{hitung} sebesar 40,879 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. artinya variabel kepercayaan diri, persepsi resiko, dan perkembangan media sosial jika secara bersamaan akan meningkatkan minat berwirausaha pada mahasiswa di kota Purwokerto.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan di atas, maka dapat dikemukakan beberapa saran kepada pihak-pihak yang terkait dengan penelitian ini dengan harapan dapat bermanfaat dan menjadi acuan perbaikan. Adapun saran-saran tersebut antara lain, yaitu:

1. Mahasiswa sebaiknya mempertahankan indikator yang terdapat dalam variabel kepercayaan diri karena, seperti: optimis, bertanggung jawab, obyektif, rasional dan realistis, serta yakin dengan kemampuan diri karena hal tersebut bukan hanya bermanfaat dalam meningkatkan minat berwirausaha tetapi juga dalam segala hal. Usaha yang dapat dilakukan oleh mahasiswa antara lain serius dalam mengikuti kuliah kewirausahaan dan mencari wawasan ilmu lebih luas.
2. Penelitian ini menunjukkan hasil adanya indikator lain sebesar 45,3% yang mempengaruhi minat berwirausaha. Peneliti selanjutnya disarankan untuk menambah faktor-faktor lain seperti motivasi, pendidikan kewirausahaan, kreativitas, dan pengalaman yang belum terdapat dalam penelitian ini yang dapat menjelaskan variabel dependen minat berwirausaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Ács, Z. J., Szerb, L., & Autio, E. (2015). *Global Entrepreneurship Index 2015. January*, 1–254.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (2021). The Influence of Attitudes on Behavior. *The Handbook of Attitudes, January 2005*, 187–236. <https://doi.org/10.4324/9781410612823-13>
- Bandura, A. (2001). Social cognitive theory : An agentic perspective Reproduced with permission of the copyright owner . Further reproduction prohibited without permission . *Review Literature And Arts Of The Americas*, 52, 1–26. <https://doi.org/10.1146/annurev.psych.52.1.1>
- Evi Yusmira, Marhawati, M. R. (2019). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Berwirausaha (Studi Kasus Mahasiswa Yang Memiliki Usaha pada Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 1–34. <http://eprints.unm.ac.id/14407/1/jurnal.pdf>
- Farizi, H. (n.d.). *Pengantar Kewirausahaan Penerbit Cv.Eureka Media Aksara*.
- Fitriani, D. A., Noviana, Z. R., & Santoso, S. (2018). Membangun Perekonomian Indonesia Melalui Mahawira (Mahasiswa Wirausaha) Berbasis Ekonomi Kreatif. *Seminar Nasional Dan Call For Paper III*, 58–66.
- Gunarto, M. (2017). Tranformasi Data Ordinal Ke Interval Dengan Method Of successive Interval (Msi). *ResearchGate*, 10, 1–8. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.30002.20162>
- Gustina, M., Sumiati, A., & Mardi, M. (2022). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. *Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan*, 18(2), 133–151. <https://doi.org/10.21831/jep.v18i2.41027>
- Haekal, A., & Widjajanta, B. (2016). Pengaruh Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Membeli Secara Online Pada Pengunjung Website Classifieds Di Inonesia. *Journal of Business Management Education (JBME)*, 1(1), 183–195. <https://doi.org/10.17509/jbme.v1i1.2287>
- Indriyani, I., & Subowo. (2019). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Melalui Self Efficacy. *Economic Education Analysis Journal*, 8(2), 18–23. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v8i2.31493>
- Kardiana, T. C., & Melati, I. S. (2019). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan,

Kepercayaan Diri Dan Ekspektasi Pendapatan Terhadap Minat Berwirausaha. *Economic Education Analysis Journal*, 8(3), 1182–1197. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v13i2.35712>

KEMENKOPUKM. (2024). Kementkopukm. *Kementerian Koperasi Dan UKM Republik Indonesia*, 1–8. <https://lpse.kemenkopukm.go.id>

Khamimah, W. (2021). Peran Kewirausahaan Dalam Memajukan Perekonomian Indonesia. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 4(3), 2017. <https://doi.org/10.32493/drj.v4i3.9676>

Kusumaningrum, D., & Karjono. (2020). Pengembangan Wirausaha dalam Meningkatkan Sumber Daya Isteri Nelayan Masyarakat Pesisir Kabupaten Batang. *Majalah Ilmiah Gema Maritim*, 22(2), 163–170. <https://doi.org/10.37612/gema-maritim.v22i2.112>

M.P. Boland', D. G. & J. F. R. (1991). No TitleELENH. *Ayan*, 8(5), 55.

Mahyarni. (2013). Sebuah Kajian Historis tentang Perilaku. *Jurnal El-Riyasah*, 4(1), 13–23. <http://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/elriyasah/article/view/17/13%0Ask25>

Manurung, H. (2022). 1,2,3. 30(3), 595–608.

Muhammad Afiruddin. (2024). *Anjuran Melakukan Wirausaha dalam Al-Quran*. Tanwir.Id. <https://tanwir.id/anjuran-melakukan-wirausaha-dalam-al-quran/>

Mustomi, D., Ulum, K., Puspasari, A., & Azizah, A. (2021). Faktor Penghambat Minat Berwirausaha dikalangan Mahasiswa (Studi Survei). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1(2), 69–74. <https://doi.org/10.31294/jab.v1i2.404>

Ningsih, S., & Dukalang, H. H. (2019). Penerapan Metode Suksesif Interval pada Analisis Regresi Linier Berganda. *Jambura Journal of Mathematics*, 1(1), 43–53. <https://doi.org/10.34312/jjom.v1i1.1742>

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. <https://doi.org/10.34308/eqien.v7i2.141>

Okte Asmire, D., Wijonarko, G., dan Manajemen Kepelabuhan Barunawati Surabaya Jl Perak Barat No, S., Utara, P., Pabean Cantian, K., Surabaya, K., & Timur, J. (n.d.). *Pengaruh Efikasi Diri Dan Kerjasama Tim Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt. Bangun Cipta Bersama*. 1–18.

Pricilia, A. A., Yohana, C., & Fidyallah, N. fadillah. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Universitas di Jakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen Dan Keuangan*, 2(2), 541–561.

Rais, M. R. (2022). *Jurnal pendidikan dan*. 12(1), 40–47. <https://doi.org/10.30829/alirsyad.v12i1>

- Ramadhani, R. (2023). *Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial Dengan Baik Dan Benar*. <http://dx.doi.org/10.31219/osf.io/f4zbm>
- Sari, R., Mahmudah, H., Marya, U., & Fathul, J. (2022). Analisis faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha mahasiswa pgsd melalui mata kuliah kewirausahaan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 9(2), 398–402. <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>
- Sochimin, S. (2021). Epistemologi Filsafat Kewirausahaan: Membaca Konsep Entrepreneurship Musa Asy'arie. *El-Jizya : Jurnal Ekonomi Islam*, 9(2), 143–155. <https://doi.org/10.24090/ej.v9i2.5518>
- Sugiyono, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*.
- Suharti, F. (2018). SINERGITAS ISLAMIC MICROFINANCE INSTITUTION (IMFI): Pemberdayaan dan Peningkatan Kesejahteraan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *El-Jizya : Jurnal Ekonomi Islam*, 5(1), 52–80. <https://doi.org/10.24090/ej.v5i1.1626>
- Sundari, R. (2022). Minat Berwirausaha Generasi Milenial Di Kota Pekan Baru. *Jurnal Economica*, X(1), 98–103.
- Suryandari, S. Y., & Sulasih, S. (2017). Analisa Kekuatan yang Mendorong Pertumbuhan Kewirausahaan Mahasiswa IAIN Purwokerto. *El Jizya: Jurnal Ekonomi Islam*, 5(2), 262–286.
- Susilawaty, E. A. (2022). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Dan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Journal of Business Administration (JBA)*, 2(1), 1. <https://doi.org/10.31963/jba.v2i1.3432>
- Trihudyatmanto, M. (2023). Analisis Dimensi Kepercayaan Diri Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNSIQ Jawa Tengah di Wonosobo Tahun 2019). *Jamasy: Jurnal Akuntansi, Manajemen & Perbankan Syariah*, 3(1), 33–47.
- Ulfa, F. (2019). Pengaruh Ketahananmalangan dan Kepercayaan Diri Terhadap Minat Berwirausaha. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 7(3), 475–481. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v7i3.4807>
- Ulfah, M. M., & Winata, W. (2021). Pengaruh Verbal Abuse Terhadap Kepercayaan Diri Siswa. *Instruksional*, 2(2), 48. <https://doi.org/10.24853/instruksional.2.2.48-52>
- Vinet, L., & Zhedanov, A. (2011). Kewirausahaan dalam perspektif hadits. *Journal of Physics A: Mathematical and Theoretical*, 44(8), 1–8. <http://dx.doi.org/10.1016/j.cirp.2016.06.001><http://dx.doi.org/10.1016/j.powtec.2016.12.055><https://doi.org/10.1016/j.ijfatigue.2019.02.006><https://doi.org/10.1016/j.matlet.2019.04.024><https://doi.org/10.1016/j.matlet.2019.127252><http://dx.doi.org/10.1016/j.matlet.2019.127252>
- Wibowo, F. E., Nurdiani, T., & Nuh, A. (2021). Pengaruh Pengetahuan

Kewirausahaan, Persepsi Risiko, Lingkungan Teknologi Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus di Sekolah Tinggi Ilmu Syariah Al Wafa Bogor). *Majalah Ilmiah Manajemen & Bisnis (MIMB)*, 18(2), 90–100. <https://mimb.unwiku.ac.id/index.php/mimb/article/view/132/89>

Zahriyah, A., Suprianik, Parmono, A., & Mustofa. (2021). *Ekonometrika Teknik Dan Aplikasi Dengan SPSS*. In *Mandala Press*.



LAMPIRAN-LAMPIRAN



Lampiran 1 : Kuisisioner Penelitian

KUISISIONER PENELITIAN

“Pengaruh Kepercayaan Diri, Persepsi Resiko, dan Perkembangan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa di Kota Purwokerto”

Kepada Yth, Saudara/i responden Mahasiswa Purwokerto
Assalamualaikum wr.wb

Perkenalkan saya Vina Oktavia, mahasiswa program studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang sedang melakukan penelitian guna memenuhi tugas akhir mengenai "Pengaruh Kepercayaan Diri, Persepsi Resiko dan Perkembangan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa di Kota Purwokerto"

Adapun tujuan penelitian ini semata-mata untuk kepentingan akademis, sehingga semua responden yang terkait akan dijaga kerahasiaannya. Dengan ini, saya memohon saudara/i mahasiswa Purwokerto bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuisisioner ini.

Demikian permohonan ini saya sampaikan, atas perhatian saudara/i yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuisisioner ini saya ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum wr.wb.

Hormat saya,

Vina Oktavia
2017201174

A. Identitas Responden

Lengkapilah data yang ada di bawah ini dengan memberikan tanda ceklis

1. Email :
2. Nama Lengkap :
3. Jenis Kelamin :
 - Laki-laki
 - Perempuan
4. Asal Universitas :
 - UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
 - Universitas Jenderal Soedirman Purwokerto
 - Universitas Muhammadiyah Purwokerto
 - Universitas Wijaya Kusuma (UNWIKU) Purwokerto
 - Universitas Nahdlatul Ulama (UNU) Purwokerto
 - Universitas AMIKOM Purwokerto
 - Universitas Bina Sarana Informatika Purwokerto
5. Apakah anda memiliki wirausaha?
 - Ya
 - Tidak

B. Petunjuk Pengisian Kuisisioner

Berilah tanda ceklis () pada jawaban yang saudara/i pilih dilembar jawaban yang telah disediakan. Pilih jawaban yang sesuai dengan pendapat saudara/i yang sebenarnya. Dengan poin penilaian:

Skor	Kategori
1	Sangat Tidak setuju (STS)
2	Tidak Setuju (TS)
3	Kurang Setuju (KS)
4	Setuju (S)
5	Sangat Setuju (SS)

C. Daftar Pertanyaan

1. Kepercayaan Diri (X1)

NO.	Pertanyaan	Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1.	Apakah keyakinan terhadap kemampuan dalam diri seseorang dapat mempengaruhi minat berwirausaha?					
2.	Sikap optimis untuk terus bekerja dan mampu bersaing dapat meningkatkan kepercayaan diri seseorang untuk berwirausaha					
3.	Mampu mengambil sisi positif dalam berwirausaha meningkatkan keyakinan untuk berwirausaha					
4.	Yakin dapat bertanggung jawab dalam mengembangkan usaha sangat mempengaruhi minat seseorang untuk berwirausaha					

5.	Mampu memperhitungkan dengan pertimbangan yang matang selama proses menjalankan usaha meningkatkan keyakinan seseorang untuk berwirausaha					
----	---	--	--	--	--	--

2. Persepsi Resiko (X2)

NO.	Pertanyaan	Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1.	Kerugian yang ditimbulkan ketika berwirausaha sangat mempengaruhi seseorang dalam mempertimbangkan langkah untuk memiliki usaha					
2.	Resiko produk yang jarang terjual dan kurang diminati menjadi pertimbangan seseorang untuk berwirausaha					
3.	Berwirausaha membutuhkan waktu yang banyak dalam proses mendirikan dan menjalankannya					
4.	Distribusi produk usaha yang beresiko menjadi pertimbangan dalam memiliki usaha					

3. Perkembangan Media Sosial (X3)

NO.	Pertanyaan	Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1.	Kemajuan teknologi yang memudahkan setiap orang untuk berkomunikasi dapat membantu dalam berwirausaha agar lebih mudah dalam menjangkau pelanggan					
2.	Beragam informasi dan kemudahan bertanya seputar prosuk yang bisa dicantumkan pada sosial media memberi kemudahan bagi seseorang ketika berwirausaha					
3.	Kecepatan informasi dalam mempromosikan usaha yang dilakukan di era digital saat ini menjadi ketertarikan bagi seseorang untuk berwirausaha					
4.	Akses penggunaan media sosial yang semakin canggih dan mudah membantu dalam memperoleh inspirasi untuk berwirausaha					

4. Minat Berwirausaha (Y)

NO.	Pertanyaan	Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1.	Ketika memperoleh dukungan dari lingkungan keluarga dan pertemanan dapat meningkatkan keinginan seseorang untuk berwirausaha					
2.	Memiliki usaha sendiri membuat seseorang lebih percaya diri					
3.	Kreatifitas dalam menciptakan sesuatu yang baru sangat berpengaruh dalam emningkatkan minat seseorang untuk berwirausaha					
4.	Mampu berinovasi dengan membuat sesuatu yang berbeda dari orang lain menjadi ketertarikan bagi seseorang untuk berwirausaha					
5.	Kemampuan menggunakan beragam aplikasi dan sosial media ketika berwirausaha dapat meningkatkan minat untuk berwirausaha					

6.	Memperoleh motivasi akan sangat mempengaruhi seseorang memiliki ketertarikan untuk berwirausaha					
7.	Mengembangkan konsep usaha yang dimiliki untuk memperoleh keuntungan menjadi alasan seseorang minat berwirausaha					



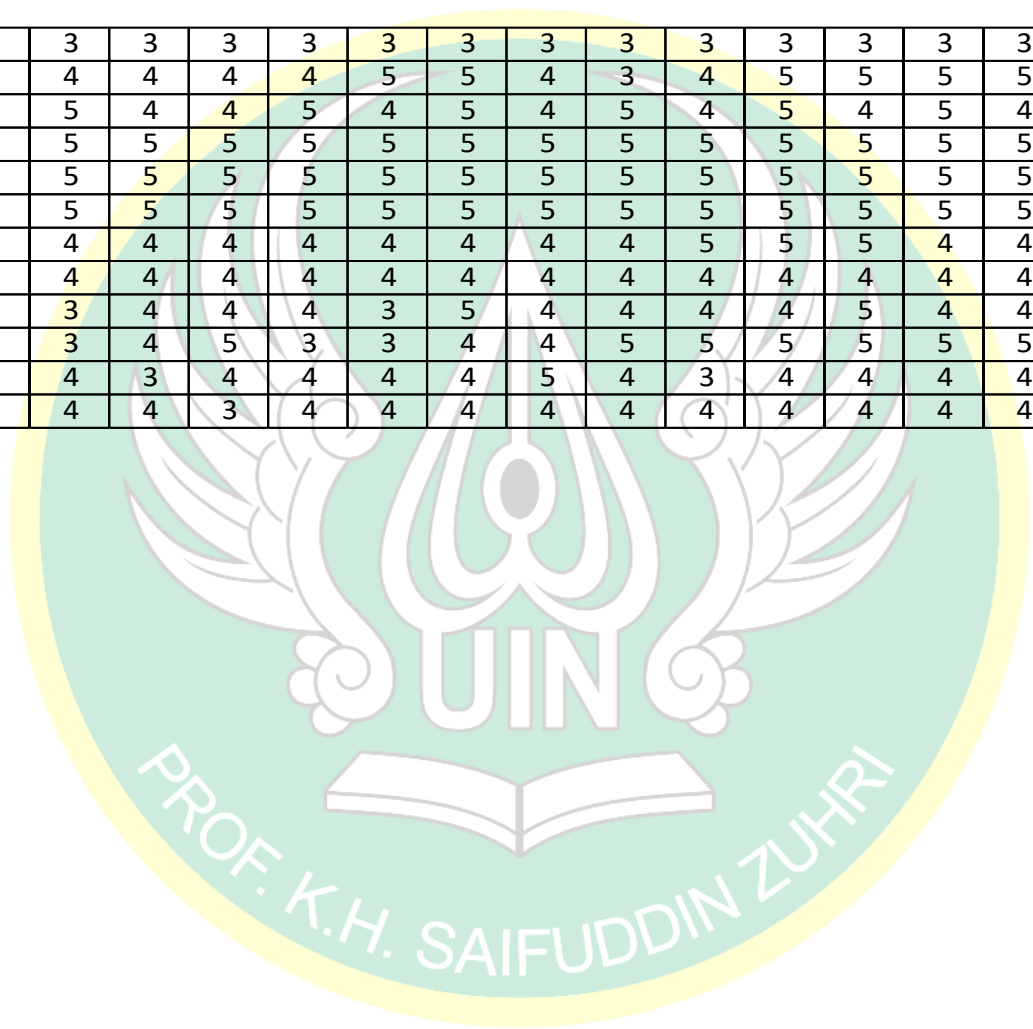
Lampiran 2 : Tabulasi Data

RESP.	KEPERCAYAAN DIRI (X1)					PERSEPSI RESIKO (X2)				PERKEMBANGAN MEDIA SOSIAL (X3)				MINAT BERWIRAUSAHA (Y)						
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7
1	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5
2	2	1	3	3	2	5	4	5	5	4	4	3	3	4	2	3	3	3	4	3
3	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	3	4	3	4	3	3	3
6	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5
7	5	4	4	5	4	3	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3
8	5	3	4	5	4	5	1	3	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	3	4
9	3	4	5	5	4	3	3	4	3	5	3	5	4	1	4	5	5	3	4	5
10	4	4	4	5	5	5	3	5	3	5	5	4	5	4	3	3	4	5	3	4
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
12	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3
13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
14	4	4	4	3	5	4	3	5	3	4	4	3	4	5	5	5	5	5	4	4
15	5	5	4	4	5	5	5	5	4	3	4	4	4	2	4	5	5	5	3	4
16	2	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3
17	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4
18	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5
19	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4
20	5	5	5	5	5	4	1	4	3	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
21	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5
22	4	4	4	5	3	4	3	5	5	4	3	5	5	4	3	5	5	4	3	4
23	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
24	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	4	5	5
26	3	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5

27	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
28	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
29	5	5	3	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
30	5	5	4	5	5	2	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
31	5	5	5	5	5	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	3	4
32	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
33	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
34	4	5	5	5	5	3	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	3	5
35	4	5	5	5	4	3	2	4	3	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5
36	5	5	5	5	5	4	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
37	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	3	4	4	3	4	4
38	5	5	5	5	5	3	3	3	3	5	4	4	5	4	3	4	5	4	4	4
39	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
40	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5
41	5	5	4	3	3	5	4	4	3	5	4	4	5	3	5	5	4	3	5	4
42	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
43	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
44	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
45	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	3
46	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5
47	5	5	5	5	5	3	3	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4
48	4	4	4	4	4	3	3	5	4	5	5	4	5	4	3	3	3	4	4	4
49	3	5	3	4	3	2	3	3	3	5	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4
50	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	3	5	3	5	3	4
51	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4
52	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4
53	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
54	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
55	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
56	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5
57	4	4	4	5	5	2	3	3	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5

58	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
59	4	5	4	4	4	5	4	5	3	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5
60	4	4	4	4	3	3	4	3	5	4	4	4	5	5	5	3	4	3	3	5
61	4	3	4	5	3	4	5	2	3	4	3	4	5	4	5	4	3	4	5	4
62	4	4	4	4	4	3	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
63	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	5	5	5
64	5	5	4	4	5	5	5	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5
65	4	5	5	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
66	5	4	4	5	5	4	4	4	3	5	4	5	4	4	3	4	4	4	3	4
67	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5
68	5	4	4	4	4	4	5	4	4	3	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4
69	4	3	4	5	5	3	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
70	5	5	4	4	4	3	3	4	5	4	4	5	3	3	3	4	5	5	4	3
71	5	5	5	2	5	3	3	5	3	5	5	5	5	5	3	4	5	3	5	3
72	4	3	3	2	4	4	4	3	4	5	4	3	4	2	4	3	4	3	3	5
73	4	5	4	4	4	4	4	5	4	3	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5
74	5	5	5	5	4	3	5	4	3	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
75	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4
76	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
77	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3
78	4	4	3	3	4	4	5	4	3	5	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3
79	4	4	5	4	4	3	3	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
80	4	4	4	4	4	4	5	5	3	4	4	4	3	4	2	3	4	4	3	5
81	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5
82	4	5	5	4	4	3	4	4	4	5	5	5	5	4	3	4	3	3	4	4
83	4	3	5	3	4	2	4	5	4	2	4	2	2	4	4	2	3	4	5	5
84	3	4	4	4	4	3	3	2	4	3	5	4	4	3	4	5	3	4	4	3
85	5	5	4	4	3	5	4	5	4	5	5	5	4	3	5	5	5	5	5	5
86	5	5	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4
87	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5
88	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

89	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
90	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	3	4	5	5	5	5	5	4	4	4
91	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
92	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
93	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
94	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
95	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4
96	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
97	4	4	5	3	4	4	4	3	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
98	3	4	3	3	4	5	3	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4
99	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4
100	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4



Lampiran 3: Hasil Uji Validitas

A. Kepercayaan Diri (X1)

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.731**	.389*	.690**	.523**	.842**
	Sig. (2-tailed)		.000	.034	.000	.003	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	.731**	1	.586**	.613**	.759**	.919**
	Sig. (2-tailed)	.000		.001	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	.389*	.586**	1	.553**	.484**	.710**
	Sig. (2-tailed)	.034	.001		.002	.007	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X1.4	Pearson Correlation	.690**	.613**	.553**	1	.451*	.802**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.002		.012	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X1.5	Pearson Correlation	.523**	.759**	.484**	.451*	1	.790**
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.007	.012		.000
	N	30	30	30	30	30	30
X1	Pearson Correlation	.842**	.919**	.710**	.802**	.790**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

B. Persepsi Resiko (X2)

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.358	.294	.596**	.756**
	Sig. (2-tailed)		.052	.115	.001	.000
	N	30	30	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	.358	1	.192	.551**	.733**
	Sig. (2-tailed)	.052		.308	.002	.000
	N	30	30	30	30	30
X2.3	Pearson Correlation	.294	.192	1	.239	.593**
	Sig. (2-tailed)	.115	.308		.204	.001
	N	30	30	30	30	30
X2.4	Pearson Correlation	.596**	.551**	.239	1	.826**
	Sig. (2-tailed)	.001	.002	.204		.000
	N	30	30	30	30	30
X2	Pearson Correlation	.756**	.733**	.593**	.826**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000	
	N	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

C. Perkembangan Media Sosial (X3)

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.512**	.531**	.429*	.778**
	Sig. (2-tailed)		.004	.003	.018	.000
	N	30	30	30	30	30
X3.2	Pearson Correlation	.512**	1	.424*	.564**	.778**
	Sig. (2-tailed)	.004		.020	.001	.000
	N	30	30	30	30	30

X3.3	Pearson Correlation	.531**	.424*	1	.681**	.824**
	Sig. (2-tailed)	.003	.020		.000	.000
	N	30	30	30	30	30
X3.4	Pearson Correlation	.429*	.564**	.681**	1	.826**
	Sig. (2-tailed)	.018	.001	.000		.000
	N	30	30	30	30	30
X3	Pearson Correlation	.778**	.778**	.824**	.826**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

D. Minat Berwirausaha (Y)

		Correlations							
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y
Y.1	Pearson Correlation	1	.370*	.220	.161	.590**	.616**	.287	.649**
	Sig. (2-tailed)		.044	.243	.395	.001	.000	.125	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.2	Pearson Correlation	.370*	1	.520**	.582**	.643**	.641**	.564**	.817**
	Sig. (2-tailed)	.044		.003	.001	.000	.000	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.3	Pearson Correlation	.220	.520**	1	.864**	.504**	.420*	.440*	.718**
	Sig. (2-tailed)	.243	.003		.000	.005	.021	.015	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.4	Pearson Correlation	.161	.582**	.864**	1	.600**	.385*	.530**	.741**
	Sig. (2-tailed)	.395	.001	.000		.000	.036	.003	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.5	Pearson Correlation	.590**	.643**	.504**	.600**	1	.495**	.464**	.808**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.005	.000		.005	.010	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30

Y.6	Pearson Correlation	.616**	.641**	.420*	.385*	.495**	1	.705**	.822**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.021	.036	.005		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.7	Pearson Correlation	.287	.564**	.440*	.530**	.464**	.705**	1	.746**
	Sig. (2-tailed)	.125	.001	.015	.003	.010	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Y	Pearson Correlation	.649**	.817**	.718**	.741**	.808**	.822**	.746**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lampiran 4 : Hasil Uji Reliabilitas

A. Kepercayaan Diri (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.871	5

B. Persepsi Resiko (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.701	4

C. Perkembangan Media Sosial (X3)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.813	4

D. Minat Berwirausaha (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.870	7

Lampiran 5 : Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kepercayaan Diri (X1)	100	5.87	21.20	16.9765	3.42175
Persepsi Resiko (X2)	100	6.30	16.86	12.3959	2.62300
Perkembangan Media Sosial (X3)	100	5.41	17.02	13.9811	2.69060
Minat Berwirausaha (Y)	100	10.36	26.83	21.1152	4.63676
Valid N (listwise)	100				

Lampiran 6 : Transformasi Data MSI

X 1.1	X 1.2	X 1.3	X 1.4	X 1.5	Total X1	X 2.1	X 2.2	X 2.3	X 2.4	Total X2	X 3.1	X 3.2	X 3.3	X 3.4	Total X3	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Total Y
4	4	4	4	5	21	4	3	4	4	16	4	4	5	4	17	4	4	3	2	3	3	3	24
1	1	1	2	1	6	4	3	4	4	16	3	2	2	2	9	3	1	2	1	1	2	1	11
4	3	2	3	3	16	3	3	4	2	13	4	2	3	3	13	3	3	2	2	2	2	3	18
3	3	2	3	3	14	3	5	2	2	12	3	2	3	3	11	3	3	3	2	2	2	2	18
2	2	2	3	3	12	3	3	3	2	12	2	2	3	4	12	2	3	2	2	1	1	1	12
3	3	2	3	3	14	2	2	3	1	8	3	2	3	3	11	4	4	4	3	3	3	3	27
4	3	2	4	3	17	2	3	4	1	11	4	4	5	4	17	4	4	4	3	3	3	1	24
4	2	2	4	3	16	4	1	2	4	11	3	2	5	4	14	3	3	4	3	2	1	2	19
2	3	4	4	3	16	2	2	3	1	8	4	1	5	3	13	1	3	4	3	1	2	3	18
3	3	2	4	5	17	4	2	4	1	12	4	4	3	4	16	3	2	2	2	3	1	2	16
3	3	2	3	3	14	3	3	3	2	12	3	2	3	3	11	3	3	3	2	2	2	2	18
3	3	2	3	3	14	3	3	4	2	13	3	2	3	3	11	3	2	3	2	2	1	1	15
4	4	4	4	5	21	4	5	4	4	17	4	4	5	4	17	4	4	4	3	3	3	3	27
3	3	2	2	5	15	3	2	4	1	11	2	2	2	3	9	4	4	4	3	3	2	2	24
4	4	2	3	5	18	4	5	4	2	16	2	2	3	3	10	2	3	4	3	3	1	2	19
1	2	1	2	3	9	3	3	2	2	11	3	2	3	3	11	3	2	3	1	1	1	1	12
3	3	4	4	3	17	3	3	3	2	12	4	2	3	3	13	4	3	3	2	3	2	2	20
4	4	2	4	5	20	3	3	4	2	13	4	2	5	3	14	3	4	3	2	2	3	3	22
3	3	2	3	3	14	4	3	3	2	13	4	2	3	4	14	3	2	3	2	2	2	2	17
4	4	4	4	5	21	3	1	3	1	8	4	2	3	4	14	4	4	4	3	3	3	3	27
4	4	2	4	5	20	3	5	3	2	13	4	4	5	4	17	4	3	3	2	2	3	3	22
3	3	2	4	2	15	3	2	4	4	13	3	1	5	4	13	3	2	4	3	2	1	2	18
4	4	4	4	5	21	4	5	4	4	17	3	2	3	3	11	3	3	3	2	2	2	2	18
4	4	4	4	5	21	3	3	4	2	13	4	4	5	4	17	4	4	4	3	3	3	3	27
4	4	4	4	5	21	4	5	4	4	17	4	4	5	4	17	4	2	4	3	2	3	3	23
2	4	4	3	5	17	3	5	4	4	16	4	4	5	4	17	4	3	4	3	3	3	3	26

4	4	4	4	5	21	3	3	4	4	14	4	4	5	4	17	4	4	4	3	3	3	3	27
4	4	4	4	5	21	3	5	3	4	14	4	4	5	4	17	4	4	4	3	3	3	3	27
4	4	1	4	5	18	3	3	3	2	12	4	4	5	4	17	4	4	4	3	3	3	3	27
4	4	2	4	5	20	1	2	2	1	6	4	4	5	4	17	4	4	4	3	3	3	3	27
4	4	4	4	5	21	2	2	3	2	10	3	2	2	3	10	3	3	3	3	2	1	2	18
4	4	4	4	5	21	4	3	4	4	16	4	4	5	4	17	4	4	4	3	3	3	3	27
4	4	4	4	5	21	4	5	4	4	17	4	4	5	4	17	4	4	4	3	3	3	3	27
3	4	4	4	5	20	2	3	3	2	11	3	4	5	4	16	3	4	4	2	3	1	3	22
3	4	4	4	3	18	2	1	3	1	8	4	2	5	4	16	3	4	4	3	3	3	3	25
4	4	4	4	5	21	3	5	2	2	12	4	4	5	4	17	4	4	4	3	3	3	3	27
4	4	4	3	3	18	4	5	4	4	17	3	2	3	3	11	4	2	3	2	1	2	2	17
4	4	4	4	5	21	2	2	2	1	7	4	2	3	4	14	3	2	3	3	2	2	2	18
4	4	4	4	5	21	4	5	4	4	17	4	4	5	4	17	4	4	4	3	3	3	3	27
4	4	4	3	5	20	3	3	4	2	13	4	4	5	4	17	4	3	4	2	3	3	3	24
4	4	2	2	2	15	4	3	3	1	12	4	2	3	4	14	2	4	4	2	1	3	2	19
4	4	4	4	5	21	3	5	4	4	16	4	4	5	4	17	4	4	4	3	3	3	3	27
3	3	2	3	3	14	3	3	2	2	11	3	2	3	3	11	3	3	3	2	2	2	1	17
3	4	4	3	5	18	3	3	4	2	13	3	2	3	4	13	3	3	3	2	2	2	2	18
4	4	2	4	3	18	3	5	3	4	14	4	4	3	4	16	3	4	4	3	2	2	1	20
4	4	4	4	5	21	3	5	4	2	14	3	2	5	4	14	4	4	4	3	2	3	3	26
4	4	4	4	5	21	2	2	3	2	10	4	4	5	4	17	4	3	3	3	2	2	2	21
3	3	2	3	3	14	2	2	4	2	11	4	4	3	4	16	3	2	2	1	2	2	2	15
2	4	1	3	2	12	1	2	2	1	6	4	2	2	2	11	3	2	2	2	1	1	2	14
3	4	4	4	3	18	3	3	3	4	13	4	4	5	4	17	3	2	4	1	3	1	2	17
3	3	2	4	3	16	3	3	4	2	13	3	4	3	3	13	4	3	3	2	2	2	2	19
3	3	2	3	3	14	3	3	4	2	13	3	2	3	3	11	3	3	3	3	2	1	2	18
4	4	4	4	5	21	3	5	4	4	16	4	4	5	4	17	3	4	4	3	3	3	3	25
4	4	4	4	5	21	3	3	3	2	12	4	4	5	4	17	4	4	4	3	3	3	3	27
4	4	4	3	5	20	4	5	4	4	17	4	4	5	4	17	4	4	4	3	3	3	3	27

4	3	2	4	3	17	4	3	4	4	16	3	4	3	4	14	4	4	3	2	3	2	3	23
3	3	2	4	5	17	1	2	2	2	8	4	2	3	4	14	4	4	4	3	3	2	3	26
4	4	4	4	5	21	4	5	3	2	14	4	4	5	4	17	4	4	4	3	3	3	3	27
3	4	2	3	3	16	4	3	4	1	13	4	4	3	4	16	4	4	3	2	3	3	3	24
3	3	2	3	2	13	2	3	2	4	11	3	2	3	4	13	4	4	2	2	1	1	3	18
3	2	2	4	2	13	3	5	1	1	10	3	1	3	4	11	3	4	3	1	2	3	2	19
3	3	2	3	3	14	2	3	4	4	13	3	2	3	4	13	4	4	4	3	3	3	3	27
2	3	1	3	2	11	3	3	3	2	12	3	2	3	3	11	3	4	2	2	3	3	3	22
4	4	2	3	5	18	4	5	2	2	13	3	2	5	4	14	4	4	4	3	3	2	3	26
3	4	4	3	3	17	3	3	2	2	11	4	2	3	3	13	4	3	3	2	2	2	2	19
4	3	2	4	5	18	3	3	3	1	11	4	2	5	3	14	3	2	3	2	2	1	2	16
4	4	4	3	3	18	3	5	4	4	16	3	2	5	4	14	3	4	4	3	3	3	3	25
4	3	2	3	3	16	3	5	3	2	13	2	4	3	4	13	3	4	4	3	2	2	2	22
3	2	2	4	5	16	2	5	4	2	13	4	4	5	4	17	4	4	4	3	3	3	3	27
4	4	2	3	3	17	2	2	3	4	11	3	2	5	2	12	2	2	3	3	3	2	1	17
4	4	4	1	5	18	2	2	4	1	10	4	4	5	4	17	4	2	3	3	1	3	1	19
3	2	1	1	3	10	3	3	2	2	11	4	2	2	3	12	2	3	2	2	1	1	3	14
3	4	2	3	3	16	3	3	4	2	13	2	4	3	4	13	3	4	3	2	2	3	3	22
4	4	4	4	3	20	2	5	3	1	11	4	4	5	4	17	4	4	3	3	3	3	3	26
3	3	4	3	3	16	4	3	3	2	13	3	2	5	4	14	4	3	4	2	3	3	2	23
4	4	4	4	5	21	3	3	4	2	13	4	4	5	4	17	4	4	4	3	3	3	3	27
3	2	1	3	3	12	2	2	3	1	8	2	1	3	3	9	3	2	2	1	1	1	1	11
3	3	1	2	3	12	3	5	3	1	12	4	2	2	2	11	3	3	2	1	2	1	1	13
3	3	4	3	3	16	2	2	3	2	10	4	2	3	3	13	4	3	3	2	2	2	2	19
3	3	2	3	3	14	3	5	4	1	13	3	2	3	2	10	3	1	2	2	2	1	3	15
4	4	4	3	3	18	3	3	3	2	12	4	4	5	4	17	3	3	4	3	3	3	3	24

3	4	4	3	3	17	2	3	3	2	11	4	4	5	4	17	3	2	3	1	1	2	2	15
3	2	4	2	3	14	1	3	4	2	11	1	2	1	1	5	3	3	1	1	2	3	3	17
2	3	2	3	3	13	2	2	1	2	8	2	4	3	3	12	2	3	4	1	2	2	1	16
4	4	2	3	2	16	4	3	4	2	14	4	4	5	3	16	2	4	4	3	3	3	3	24
4	4	2	3	5	18	3	3	3	2	12	2	2	3	4	12	3	4	4	3	2	2	2	22
4	4	2	3	5	18	3	5	3	2	13	4	4	3	3	14	3	4	4	3	3	3	3	25
3	3	2	3	3	14	3	3	3	2	12	3	2	3	3	11	3	3	3	2	2	2	2	18
2	3	2	2	2	11	2	2	2	1	7	2	1	2	2	7	2	2	2	1	1	1	1	10
3	3	2	3	3	14	3	3	4	4	14	3	1	3	4	11	4	4	4	3	2	2	2	23
3	4	2	4	3	17	3	5	3	4	14	3	4	3	4	14	3	4	3	3	2	3	2	22
4	4	4	4	5	21	4	5	4	4	17	4	4	5	4	17	4	4	4	3	3	3	3	27
4	4	4	4	5	21	4	5	4	4	17	4	4	5	4	17	4	4	4	3	3	3	3	27
4	4	4	4	5	21	4	5	4	4	17	4	4	5	4	17	4	4	4	3	3	3	3	27
3	3	2	3	3	14	3	3	3	2	12	3	2	5	4	14	4	3	3	2	2	2	2	19
3	3	2	3	3	14	3	3	3	2	12	3	2	3	3	11	3	3	3	2	2	2	2	18
3	3	4	2	3	15	3	3	2	4	12	3	2	3	3	11	4	3	3	2	2	2	2	19
2	3	1	2	3	11	4	2	2	2	11	3	4	5	4	16	4	4	4	3	3	1	2	23
3	3	2	3	2	13	3	3	3	2	12	4	2	2	3	12	3	3	3	3	2	2	2	19
3	3	2	3	3	14	2	3	3	2	11	3	2	3	3	11	3	3	3	2	2	2	2	18

Lampiran 7 : Hasil Uji Asumsi Klasik

A. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandard- ized Residual	
N		100	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	2.55546577	
Most Extreme Differences	Absolute	.078	
	Positive	.078	
	Negative	-.057	
Test Statistic		.078	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.143	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.	.142	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.133
		Upper Bound	.151

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

B. Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error				Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.745	2.650		1.036	.303		
	KEPERCAYAAN DIRI (X1)	.539	.133	.380	4.067	.000	.525	1.905
	PERSEPSI RESIKO (X2)	.178	.125	.104	1.428	.157	.870	1.149

PERKEMBANGAN MEDIA SOSIAL (X3)	.729	.175	.388	4.165	.000	.528	1.894
--------------------------------	------	------	------	-------	------	------	-------

a. Dependent Variable: MINAT BERWIRUSAHA (Y)

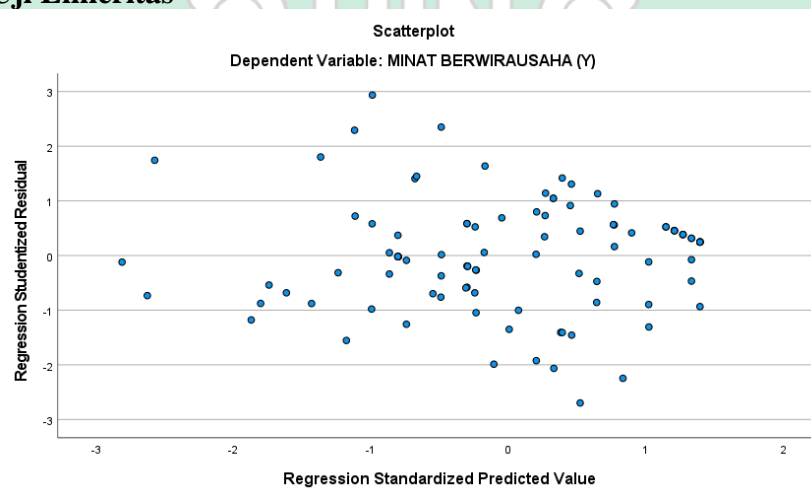
C. Uji Heterokedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.231	1.636		3.198	.002
	KEPERCAYAAN DIRI (X1)	-.023	.082	-.039	-.285	.776
	PERSEPSI RESIKO (X2)	-.193	.077	-.264	-2.510	.014
	PERKEMBANGAN MEDIA SOSIAL (X3)	.022	.108	.027	.203	.839

a. Dependent Variable: RES2

D. Uji Linieritas



Lampiran 8 : Hasil Analisis Data

A. Uji t (Uji Parsial)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.745	2.650		1.036	.303
	KEPERCAYAAN DIRI (X1)	.539	.133	.380	4.067	.000
	PERSEPSI RESIKO (X2)	.178	.125	.104	1.428	.157
	PERKEMBANGAN MEDIA SOSIAL (X3)	.729	.175	.388	4.165	.000

a. Dependent Variable: MINAT BERWIRAUSAHA (Y)

B. Uji F (Uji Simultan)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	820.530	3	273.510	40.613	.000 ^b
	Residual	646.510	96	6.734		
	Total	1467.040	99			

a. Dependent Variable: MINAT BERWIRAUSAHA (Y)

b. Predictors: (Constant), PERKEMBANGAN MEDIA SOSIAL (X3), PERSEPSI RESIKO (X2), KEPERCAYAAN DIRI (X1)

C. Uji Koefisien Determinan (Adjusted R Square)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.748 ^a	.559	.546	2.59509

a. Predictors: (Constant), PERKEMBANGAN MEDIA SOSIAL (X3), PERSEPSI RESIKO (X2), KEPERCAYAAN DIRI (X1)

b. Dependent Variable: MINAT BERWIRAUSAHA (Y)

Lampiran 9 : Daftar Riwayat Hidup

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

1. Nama : Vina Oktavia
2. NIM : 2017201174
3. Tempat, Tanggal Lahir : Banyumas, 01 Oktober 2001
4. Alamat Rumah : Jl. Kampung Beting no.17 Rt. 002/ Rw. 09,
Semper Barat, Cilincing, Jakarta Utara
5. Nama Ayah : Yono
6. Nama Ibu : Rasiti
7. Email : vinaoktavia0110@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal
 - a. SDN Semper Barat 01 Pagi
 - b. SMPN 231 Jakarta
 - c. SMAN 52 Jakarta
 - d. UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

