



## **Pengaruh Penggunaan Media Sosial, Love of Money Dan Self Efficacy Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa**

### *The Influence of Social Media Use, Love of Money and Self-Efficacy on Students' Entrepreneurial Interests*

**Aditya Esau Mandang<sup>1\*</sup>, Bonang Pamungkas Purbananda<sup>2</sup>, Westi Setiati<sup>3</sup>,  
Selviana Fanny Pattipeilohy<sup>4</sup>, Asor Nekwek<sup>5</sup>.**

<sup>1,2,3,4,5</sup> Program Studi Bisnis Digital, Fakultas Ilmu Administrasi dan Bisnis, Institut Swadiri

\*email koresponden: [adityaesau@gmail.com](mailto:adityaesau@gmail.com)

#### **Article Info**

Received : 01-01-2025

Revised : 03-01-2025

Accepted : 05-01-2025

Published : 08-01-2025

#### **Abstract**

*The large number of unemployed at university level needs immediate treatment. One way to overcome unemployment in Indonesia which occurs among university graduates is through entrepreneurship. The purpose of this research is to determine the influence of social media use, love of money and self-efficacy on students' entrepreneurial interest. This research was carried out within the Swadiri Institute. The population in this study were all students at the Swadiri Institute. Based on the data obtained, the total student population consisted of 60 respondents from the 2021 to 2024 class. This research used multiple linear regression analysis methods and carried out classical assumption tests and hypothesis testing by carrying out multiple linear regression prerequisite tests. Partially, there is a positive and significant influence between the influence of social media use, love of money and self-efficacy on the entrepreneurial interest of Swadiri Institute students. This is known from the two independent variables and the dependent variable in this research which really supports a student in becoming an entrepreneur seeing that these three variables are very important knowledge in starting a business..*

**Keywords : Entrepreneurial, Love of Money, Self Efficacy, Social media**

#### **Abstrak**

Jumlah pengangguran yang besar di tingkat Universitas, perlu segera mendapatkan penanganan, salah satu cara untuk mengatasi pengangguran di Indonesia yang terjadi pada lulusan universitas adalah dengan berwirausaha. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Penggunaan Media Sosial, Love of Money dan Self Efficacy Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. Penelitian ini dilakukan lingkungan Institut Swadiri. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Institut Swadiri. Berdasarkan data yang diperoleh jumlah populasi mahasiswa terdiri dari angkatan 2021 sampai dengan 2024 sebanyak 60 responden. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier berganda dan dilakukan uji asumsi klasik serta pengujian hipotesis



dengan dilakukan uji prasyarat regresi linier berganda. Secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara pengaruh penggunaan media sosial, love of money dan self efficacy terhadap minat berwirausaha mahasiswa Institut Swadiri. Hal ini diketahui dari kedua variabel bebas dan variabel terikat dalam penelitian ini sangatlah menunjang seorang mahasiswa untuk berwirausaha melihat bahwa ketiga variabel tersebut merupakan pengetahuan yang sangat penting dalam memulai sebuah bisnis.

**Kata Kunci : Media sosial, Minat Wirausaha, Love of Money, Self Efficacy**

## **PENDAHULUAN**

Pengangguran di Indonesia yang mengacu pada data dari Dinas Tenaga Kerja pada Februari 2021 berjumlah 8,75 juta orang. Sementara itu, penduduk Indonesia keseluruhan berjumlah 205,36 juta orang. Banyaknya penduduk yang tidak diimbangi dengan jumlah pekerjaan yang cukup menyebabkan masalah pengangguran di Indonesia. Tingkat pengangguran berdasarkan tingkat pendidikan, yang paling atas adalah 11,45% sekolah menengah kejuruan, 8,55% sekolah menengah atas, 6,975% perguruan tinggi, dan 6,61% Diploma 3. Di antara upaya pemerintah untuk menurunkan pengangguran adalah dengan memperluas usaha bisnis di Indonesia. Proporsi enterprise di Indonesia umumnya masih minim jika diperbandingkan dengan negara-negara lain di dunia. Berdasarkan catatan Dinas Koperasi dan UKM, indeks usahawan di Indonesia pada 2019 sebesar 3,74 persen dan berada di posisi ke-74 dari 137 negara. Untuk itu, pemerintah berupaya menambah daftar indeks usahawan menjadi 3,94 pada 2024 dengan menciptakan pebisnis muda.

Media sosial merupakan platform yang sangat efektif dalam mempromosikan produk atau jasa mereka kepada audiens yang lebih luas. Melalui media sosial, siapapun dapat dengan mudah dan cepat mengakses internet serta menggunakan platform tersebut sebagai sarana untuk mengembangkan minat wirausaha mereka. Dengan adanya akses mudah dan cepat ke internet melalui media sosial, maka dapat dengan cepat menjual produk atau jasa mereka tanpa harus memiliki toko fisik. Wirausahawan digital dengan cara baru dalam berbisnis memiliki pengaruh yang sangat besar diseluruh dunia, terutama dalam satu decade terakhir (Setiawan, 2023).

Jumlah pengangguran yang besar di tingkat Universitas, perlu segera mendapatkan penanganan, salah satu cara untuk mengatasi pengangguran di Indonesia yang terjadi pada lulusan universitas adalah dengan berwirausaha. Berwirausaha berpeluang menciptakan lapangan pekerjaan dan menghasilkan pendapatan yang lebih tinggi daripada berkarir menjadi karyawan. Self efficacy dalam berwirausaha mempermudah mereka dalam membuka usaha dengan mampu menanggung segala resiko yang akan terjadi nantinya.

Tahun 1992, Thomas Li-Ping Tang mengembangkan skala mengenai tingkat kecintaan seseorang terhadap uang. Tang (1992) mengembangkan skala pengukuran kecintaan terhadap uang tersebut dibagi menjadi enam faktor. Konsep love of money merupakan suatu konsep yang membahas mengenai kecintaan seseorang terhadap uang (Tang, 2008). Adanya skala pengukuran love of money tersebut akan mengukur seberapa tinggi tingkat seseorang dalam mencintai uang



dan upaya untuk mendapatkan uang atau materi tersebut. Tingginya indikator love of money seseorang mengindikasikan kecintaan mereka terhadap uang. Bagi individu dengan love of money tinggi menganggap uang adalah sesuatu yang baik, kepemilikan uang adalah suatu bentuk pencapaian prestasi, adanya uang adalah simbol kebebasan, adanya uang adalah salah satu bentuk kepercayaan diri. Berdasarkan masalah tersebut peneliti ingin melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Penggunaan Media Sosial, Love of Money dan Self Efficacy Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa.

## **METODE PENELITIAN**

### **Jenis Penelitian**

Jenis penelitian observasional analitik dengan desain yaitu cross sectional.

### **Lokasi dan Waktu Penelitian**

#### **1. Lokasi Penelitian**

Penelitian dilaksanakan di lingkungan Institut Swadiri.

#### **2. Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan sejak 2 September 2024 dimulai dengan tahapan studi literatur. Kemudian, dilanjutkan dengan tahapan pembagian kusioner selama satu minggu.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan kusioner dengan jumlah pertanyaan untuk penggunaan media sosial sebanyak 10 pertanyaan, love of money sebanyak 10 pertanyaan, self efficacy sebanyak 10 pertanyaan dan minat berwirausaha sebanyak 11 pertanyaan.

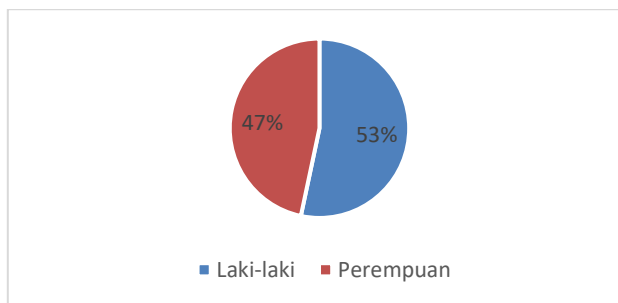
### **Teknik Analisa Data**

Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier berganda dan dilakukan uji asumsi klasik serta pengujian hipotesis dengan dilakukan uji prasyarat regresi linier berganda yaitu menguji terkait diterima atau ditolaknya sebuah hipotesis melalui uji t dan uji F. Jika t hitung > t tabel maka berarti terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial, dan sebaliknya. Dalam proses pengujian analisis dari data hasil penyebaran angket, peneliti mengolah data dan menganalisis dengan proses statistika menggunakan program aplikasi SPSS 25.

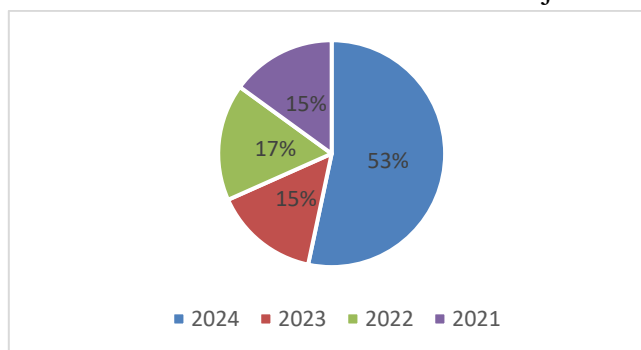


**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Responden**



Gambar 1 Persentase Mahasiswa berdasarkan jenis kelamin



Gambar 2 Persentase Mahasiswa berdasarkan Angkatan

Berdasarkan data yang diperoleh dari kuesioner dapat diketahui terdapat 50 mahasiswa aktif Institut Swadiri sebagai responden dengan presentase 47% perempuan dan 53% laki-laki. Dari data tersebut juga diketahui presentase responden tiap Angkatan yaitu angkatan 2021 sebesar 15%, Angkatan 2022 17%, Angkatan 2023 sebesar 15%, dan Angkatan 2024 sebesar 53%. Jadi jumlah total responden yang didapat sebanyak 60 mahasiswa.

**Hasil Uji Multikolinearitas**

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

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	6.270	2.142		2.927	.005		
Media Sosial	.144	.088	.181	1.642	.106	.710	1.408
Love of Money	.455	.121	.487	3.778	.000	.520	1.924
Self Efficacy	.129	.089	.174	1.448	.153	.600	1.666

Tabel 1 Hasil Uji Multikolinearitas



Hasil nilai tolerance 0.710, 0.520 dan 0.600 > 0.100, begitu juga dengan VIF 1.408, 1.924 dan 1.666 < 10.00, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas.

**Hasil Uji Normalitas**

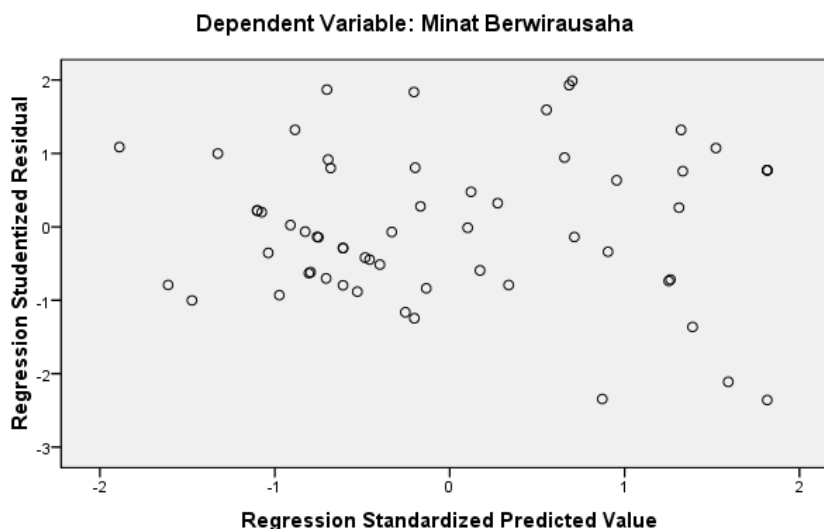
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		59
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.94303932
Most Extreme Differences	Absolute	.080
	Positive	.055
	Negative	-.080
Kolmogorov-Smirnov Z		.612
Asymp. Sig. (2-tailed)		.848

Tabel 2 Hasil Uji Normalitas

Dari analisis yang dilakukan didapatkan bahwa data terdistribusi normal karena nilai Asymp. Sig. (2-tailed) 0.848 > 0.05.

**Hasil Uji Heterokedatisitas**



Grafik 1 Hasil Uji Heterokedatisitas

Dari hasil yang didapatkan dapat dilihat bahwa tidak ada pola yang jelas dan sebaran data menyebar diatas dan dibawah atau sekitar angka 0, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heterokedasitisitas dan uji heterokedasitisitas sudah terpenuhi.



**Hasil Uji Hipotesis**

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

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6.270	2.142		2.927	.005
Media Sosial	.144	.088	.181	1.642	.010
Love of Money	.455	.121	.487	2.778	.000
Self Efficacy	.129	.089	.174	1.448	.015

Tabel 3 Hasil Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis pertama (H1) Pengaruh penggunaan media sosial terhadap minat Berwirausaha. Melalui tabel tersebut nilai Signifikansi untuk pengaruh X1 terhadap Y adalah sebesar  $0.010 < 0.05$  dan nilai t hitung  $2.927 > t$  tabel 1.642, maka dapat disimpulkan H0 telah ditolak, yang berarti terdapat pengaruh variabel X1 dalam Y. hal ini sejalan dengan hasil penelitian dan pembahasan Maulidatul (2024), pada uji reliabilitas semua variabel dinyatakan reliabel. Sedangkan pada uji korelasi dan signifikansi diatas menyatakan bahwa terdapat korelasi serta signifikan yang kuat secara statistic. Pada uji parsial juga menunjukkan nilai R Square sebesar 0.525 atau 52,5%, artinya minat berwirausaha remaja dipengaruhi oleh media sosial sebesar 52,5%. Sehingga kesimpulan yang didapat menyatakan bahwa variabel (X) media sosial memiliki hubungan kuat terhadap variabel (Y) minat berwirausaha remaja di Kabupaten Pasuruan.

Dengan perkembangan media sosial, minat wirausaha semakin meningkat karena mereka melihat kesempatan baru dalam berbisnis secara online. Minat wirausaha bisa dikatakan sebagai keinginan, ketertarikan, dan kesediaan untuk bekerja keras dalam mmnuhi kebutuhan tanpa adanya ketakutan terhadap risiko yang mungkin akan muncul untuk dihadapi (Isky Fadli Fuadi, 2009). Namun demikian, penting bagi mereka untuk tetap memiliki pengetahuan dan keterampilan yang cukup dalam bidang bisnis serta menjaga integritas dan etika bisnis dalam menggunakan sosial media sebagai sarana berwirausaha. Melalui media sosial, mereka dapat membangun merek pribadi dan menciptakan konten yang menarik untuk menarik perhatian calon konsumen. Mereka dapat menggunakan berbagai fitur seperti posting gambar, video, dan cerita singkat untuk memperkenalkan produk atau jasa mereka kepada audiens potensial. Selain itu, media sosial juga menyediakan fitur-fitur interaktif seperti kolom komentar dan pesan langsung yang memudahkan komunikasi antara pelaku usaha dengan konsumen. Media sosial juga terdapat banyak grup atau komunitas online yang membahas topik-topik seputar wirausaha. mereka dapat bergabung dalam grup ini untuk mendapatkan inspirasi, tips, dan dukungan dari sesama wirausahawan. Mereka juga bisa belajar dari pengalaman orang lain dalam menghadapi tantangan dalam berwirausaha.



Pengujian hipotesis kedua (H2) Pengaruh Love of Money terhadap minat Berwirausaha. Melalui tabel tersebut nilai Signifikansi untuk pengaruh X2 terhadap Y adalah sebesar  $0.00 < 0.05$  dan nilai t hitung  $2.927 > t$  tabel  $2.778$ , maka dapat disimpulkan  $H_0$  telah ditolak, yang berarti terdapat pengaruh variabel X2 dalam Y. Pengujian ini sesuai dengan hasil pengujian Hidayati (2021). Love of money yang berarti sebagaimana individu memperlakukan uang, mengelola uang, serta keinginan untuk memiliki uang, hanya merupakan salah satu faktor yang menimbulkan minat untuk berwirausaha pada mahasiswa STKIP PGRI Jombang. Dengan menjadi seorang wirausaha, mereka akan belajar mengelola uang yang mereka miliki untuk usaha agar tidak menimbulkan kerugian yang berarti kehilangan uang, dan belajar mengembangkan uang yang dimiliki untuk menjadi lebih banyak dalam kata lain mendapatkan keuntungan.

Setiap individu dalam upayanya mencapai capaian yang diharapkan membutuhkan motivasi. Motivasi dibutuhkan karena merupakan suatu komponen yang penting, mengingat motivasi meliputi kekuatan, arah dan ketekunan seseorang dalam usahanya untuk dapat meraih tujuan (Robins dan Judge, 2015). Masing-masing memiliki motivasi tersendiri dalam setiap pelaksanaan tugas maupun pekerjaan. Motivasi tersebut dapat berupa motivasi moneter dan motivasi non moneter. Studi yang dilakukan oleh Bonner dan Sprinkle (2002) menunjukkan bahwa faktor moneter memiliki potensi yang lebih menjanjikan untuk pencapaian tujuan, apabila dibandingkan motivasi dalam bentuk non moneter. Hal tersebut dikuatkan dengan studi yang dilakukan oleh Gagne dan Deci (2005) yang menyatakan bahwa mayoritas orang yang bekerja memiliki motivasi untuk mengumpulkan uang.

Pengujian hipotesis kedua (H3) Pengaruh Self Efficacy terhadap minat Berwirausaha. Melalui tabel tersebut nilai Signifikansi untuk pengaruh X3 terhadap Y adalah sebesar  $0.015 < 0.05$  dan nilai t hitung  $2.927 > t$  tabel  $1.448$ , maka dapat disimpulkan  $H_0$  telah ditolak, yang berarti terdapat pengaruh variabel X3 dalam Y. Penelitian ini sejalan dengan Pricillia (2021), Hidayati (2021), Putry (2020), Prabawati (2019). Efikasi diri adalah suatu keyakinan yang kuat dari individu untuk bisa melakukan apa yang diinginkan dan diimpikan, mendorong mahasiswa agar memiliki minat menjadi seorang wirausahawan. Individu yang punya efikasi diri yang kuat, akan lebih semangat mengejar peluang yang layak dan diwujudkan serta menjadikan rintangan sebagai sesuatu yang akan mampu diatasi. Efikasi diri yang berkembang melalui pengalaman penguasaan baik dari pendidikan maupun pelatihan, pembelajaran untuk mendelegasikan wewenang, hubungan sosial, akan semakin meningkatkan minat berwirausaha dan mewujudkannya menjadi seorang wirausahawan.

Self efficacy diharapkan dapat menumbuhkan minat mahasiswa dalam berwirausaha, mahasiswa dituntut untuk yakin atau percaya dengan kemampuannya sendiri agar dapat menyelesaikan tugas dan dapat bertanggung jawab dengan apa yang sedang dikerjakan. Self efficacy juga membangun rasa keinginan memulai suatu usaha, menjadikan seseorang berfikir kreatif dan inovatif dalam menciptakan produk baru. Modal utama seseorang wirausaha ialah minat, keuletan, semangat dan pantang menyerah. Minat berwirausaha yang dimiliki oleh





mahasiswa nantinya akan berpengaruh terhadap kesiapan mahasiswa tersebut yang awalnya mereka memilih menjadi pencari kerja berubah menjadi pencipta lapangan pekerjaan, karena jika mahasiswa memiliki minat berwirausaha tinggi maka mereka tidak akan kehabisan ide dalam menghasilkan sesuatu yang bersifat baru (Tritularsih & Sutopo, 2017)

### Hasil Uji Koefisien Determinasi

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.725 <sup>a</sup>	.525	.499	1.99533

Tabel 4 Hasil Uji Koefisien Determinansi

Didapatkan nilai Adjusted R Square sebesar 0.499, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub> dan X<sub>3</sub> memberikan pengaruh bersama sebesar 49.9% dan sisa 50.1% sisanya dipengaruhi variabel lain di luar.

### KESIMPULAN

Secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara pengaruh penggunaan media sosial, love of money dan self efficacy terhadap minat berwirausaha mahasiswa Institut Swadiri. Hal ini diketahui dari kedua variabel bebas dan variabel terikat dalam penelitian ini sangatlah menunjang seorang mahasiswa untuk berwirausaha melihat bahwa ketiga variabel tersebut merupakan pengetahuan yang sangat penting dalam memulai sebuah bisnis. Berdasarkan penelitian ini, kondisi penggunaan media sosial, love of money dan self efficacy berpengaruh positif terhadap motivasi berwirausaha mahasiswa pelaku usaha

### UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Institut Swadiri dan pihak lainnya yang telah membantu terlaksananya penelitian ini.

### Daftar Pustaka

- Alma, Buchari. 2011. *Kewirausahaan Untuk Mahasiswa Dan Umum*. Bandung: Alfabeta.
- Alma, Buchori. 2004. *Entrepreneurship*, Edisi 7. Jakarta: Salemba Empat.
- Alma, Buchori. 2010. *Kewirausahaan Untuk Mahasiswa Dan Umum*. Bandung: Alfabeta.
- Anwar Muhammad. 2017. *Pengantar Kewirausahaan*, Edisi Pertama. Jakarta.
- Amadea, P. T., & Riana, I. G. (2020). Pengaruh Motivasi Berwirausaha, Pengendalian Diri, Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Niat Berwirausaha. *E-Jurnal Manajemen*, 9(4), 1594–1613.





- Apjii. (2018). Polling Indonesia: Penetrasi & Profil Perilaku Pengguna Internet Indonesia. In Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.
- Badan Pusat Statistik (Bps) Di Akses Dari [Http://Www.Bps.Go.Id/](http://www.bps.go.id/), Di Akses Pada Tanggal 15 Desember 2020 Pada Jam 13.20 Wita.
- Fatimah I, Syam A, Rakib M, Rahmatullah R & Hasan M. 2020. Pengaruh Literasi Kewirausahaan Dan Peran Orang Tua Terhadap Kesiapan Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar. *Journal Of Social And Educational Studies*, 1(1), 25-26. [Https://Scholar.Google.Com](https://scholar.google.com)
- Hamilton, R.T & Harper, D.A. 1994. The Entrepreneur In Theory And Practice. *Journal Of Economic Studies*, 21, 3-18.
- Hasan, Muhammad. 2018. Pembinaan Ekonomi Kreatif Dalam Perspektif Ekonomi. *Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan (Jekpend)* Volume 1, No. 1 Januari 2018 P-ISSN: 2614-2139; E-ISSN: 2614-1973.
- Hasan, Muhammad. 2018. Pendidikan Ekonomi Informal: Bagaimana Pendidikan Ekonomi Membentuk Pengetahuan Pada Bisnis Keluarga?. *Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan (Jekpend)* Volume 1, No. 2 Juli 2018 P-ISSN: 2614-2139; E-ISSN: 2614: 1973.
- Hendrawan, J. S & Sirine, H. 2017. Pengaruh Sikap Mandiri, Motivasi, Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus Pada Mahasiswa Feb Uksw Konsentrasi Kewirausahaan). *Journal Of Innovation Dan Entrepreneurship*. Vol.02, No.03. Hal : 291-314.
- Hendro. 2011. *Dasar-Dasar Kewirausahaan*. Jakarta: Penerbit Erlangga. Indarti Dan Rostiani. 2008: *Intensitas Kewirausahaan Mahasiswa: Studi Perbandingan Antara Indonesia, Jepang Dan Norwegia Dalam Jurnal Ekonomika Dan Bisnis* Vol 23 No 4, 2008.
- Jati, Bambang Murdaka Eka, 2015. *Kewirausahaan-Technopreneurship Untuk Mahasiswa Ilmu-Ilmu Eksakta*. Yogyakarta: Cv. Andi Offset
- Kasmir. 2006. *Kewirausahaan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Kuder, S Jay & Cindi Hasit. 2002. *Enhancing Literacy For All Students*. Usa: Pearson Education Inc.
- Kuntowicaksono. 2012. Pengaruh Pengetahuan Wirausaha Dan Kemampuan Memecahkan Masalah Wirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Sekolah Menengah Kejuruan. *Journal Of Economic Education*. Vol.1, No. 1. Hal: 46-52
- Malebana, J. 2014. Entrepreneurial Intentions Of South African Rural University Students: A Test Of The Theory Of Planned Behavior. *Journal Of Economics and Behavioral Studies*, Vol.6 No.2, Pp.130-143.
- Meredith, Geoffrey, G. 2005. *The Practice Of Entrepreneurship*. Genewa: International Labor Organization. Muchtar, Y., Azis, M., & Rakib, M. (2018). Pengaruh Lingkungan Tempat Tinggal, Intensitas Pendidikan Ekonomi Keluarga, Dan Pembelajaran Kewirausahaan



- Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa (Studi Di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar). 6(2), 46–55.
- Nursito, Sarwono Dan Arif Julianto Sri Nugroho. 2013. Analisis Pengaruh Interaksi Pengetahuan Kewirausahaan Dan Efikasi Diri Terhadap Intensi Kewirausahaan. Kiat Bisnis. Vol.5 (2), Pp:148-158.
- Pittaway, Luke & Jason Cope. 2007. Simulating Enterpreneurial Learning: Integrating Exprential And Collaborative Approaches To Learning, Management Learning, April 2007;38,2;Abi/Inform Global Pg 211.
- Purwanto. 2016. Evaluasi Hasil Belajar. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. Purnomo, Muhammad Tito. 2015. Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Wirausaha Siswa Teknik Kendaraan Ringan Smk Negeri 1 Syegan. Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta
- Rakib, Mohammad. (2016). Entrepreneurship Education Development In Dealing Asean Economic Community. Proceedings Of Icmstea 2016, (October), 280–285.
- Rakib, Muhammad. (2010). Pengaruh Model Komunikasi Wirausaha, Pembelajaran Wirausaha Dan Sikap Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha Kecil. Jurnal Ilmu Pendidikan, (2), 121-129.
- Soegoto, E.S. 2009. Enterpreneurship; Menjadi Pebisnis Ulung. Jakarta: Penerbit Pt. Elex Media Komputindo.
- Sugiyono. 2007. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. Alfabeta. Jakarta.
- Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Bandung:
- Suherman, Eman. 2008. Desain Pembelajaran Kewirausahaan. Bandung: Alfabeta.
- Syam, A., Hasbiah, S., Yunus, M., & Akib, H. (2018). Determinants Of Entrepreneurship Motivation For Students At Educational Institution And Education Personnel In Indonesia. Journal Of Entrepreneurship Education, 21(2), 1–12.
- Totok S. Wiryasaputra. 2004. Entrepreneur: Anda Merdeka Jadi Bos. Jakarta; Tridharma Manunggal.
- Trisnawati, N. 2014. Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Dan Dukungan Sosial Keluarga Pada Minat Berwirausaha Siswa Smk Negeri 1 Pamekasan. Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan. Vol.2, No.1. Hal:57-71.
- Ukma A, Hasan, Muhammad Dan Supatminingsih Tuti. 2018 . Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Motivasi Berwirausaha Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Sikap Mental Kewirausahaan. Prosiding Seminar Nasional Pendidikan Ekonomi 2018
- Wu, S. & Wu, L. 2008. The Impact Of Higher Education On Enterpreneurial Intentions Of University Students In China. Journal Of Small Business And Enterprise Development, 15(4):752-774).



- 
- Yohnson. 2003. Peranan Penelitian Dalam Motivasi Sarjana Menjadi Young Entrepreneurs. Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan Vol 5, No. 2.
- Zimmerer, W. Thomas.2002. Pengantar Kewirausahaan Dan Manajemen Bisnis Kecil, Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta. Jakarta: Pt. Rineka Cipta.
- Isky Fadli Fuadi, B. E. (2009). Hubungan Minat Berwirausaha Dengan Prestasi Praktik Kerja Industri Siswa Kelas Xii Teknik Otomotif Smk Negeri 1 Adiwerna Kabupaten Tegal Tahun Ajaran 2008/2009. Ptm, 92-98.