

**PENGARUH PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN DAN PEMANFAATAN
MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA SISWA KELAS XI
PEMASARAN SMK NEGERI 1 MEDAN**

Sylvia Amanda, Ivo Selvia Agusti
Universitas Negeri Medan
sylviaamanda42@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha, pengaruh pemanfaatan media sosial terhadap minat berwirausaha, serta pengaruh pengetahuan kewirausahaan dan pemanfaatan media sosial secara simultan terhadap minat berwirausaha siswa kelas XI Jurusan Pemasaran SMK Negeri 1 Medan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode ex-post facto. Populasi penelitian berjumlah 67 siswa kelas XI Jurusan Pemasaran SMK Negeri 1 Medan. Teknik pengambilan sampel menggunakan total sampling, sehingga seluruh populasi dijadikan sebagai sampel penelitian. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Analisis data dilakukan menggunakan bantuan SPSS 25, yang meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji parsial (uji t), uji simultan (uji F), dan uji koefisien determinasi (R^2). Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha, yang dibuktikan dengan nilai thitung sebesar 9,631 > ttabel sebesar 1,998 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Selanjutnya, pemanfaatan media sosial juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha, yang ditunjukkan oleh nilai thitung sebesar 8,416 > ttabel sebesar 1,998 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Secara simultan, pengetahuan kewirausahaan dan pemanfaatan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha, dengan nilai Fhitung sebesar 80,283 > Ftabel sebesar 3,14 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Selain itu, hasil uji koefisien determinasi menunjukkan nilai R Square sebesar 0,715, yang berarti bahwa 71,5% variasi minat berwirausaha siswa dapat dijelaskan oleh pengetahuan kewirausahaan dan pemanfaatan media sosial, sedangkan 28,5% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Pengetahuan Kewirausahaan dan Pemanfaatan Media Sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha siswa kelas XI jurusan Pemasaran SMK Negeri 1 Medan.

Kata Kunci: Pengetahuan Kewirausahaan, Pemanfaatan Media Sosial, Minat Berwirausaha.

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of entrepreneurial knowledge on entrepreneurial interest, the influence of social media utilization on entrepreneurial interest, and the simultaneous influence of entrepreneurial knowledge and social media utilization on

entrepreneurial interest among eleventh-grade students majoring in Marketing at SMK Negeri 1 Medan. This study used a quantitative approach with an ex-post facto method. The study population consisted of 67 eleventh-grade students majoring in Marketing at SMK Negeri 1 Medan. The sampling technique used total sampling, so the entire population served as the research sample. Data collection was carried out by distributing questionnaires that had been tested for validity and reliability. Data analysis was performed using SPSS 25, which included validity tests, reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, partial tests (t-tests), simultaneous tests (Ftests), and coefficient of determination (R^2) tests. The results showed that entrepreneurial knowledge had a positive and significant effect on entrepreneurial interest, as evidenced by a calculated tvalue of 9.631 > ttable of 1.998 and a significance value of $0.000 < 0.05$. Furthermore, the use of social media also has a positive and significant effect on entrepreneurial interest, as indicated by the calculated tvalue of 8.416 > ttable of 1.998 with a significance value of $0.000 < 0.05$. Simultaneously, entrepreneurial knowledge and social media utilization have a positive and significant effect on entrepreneurial interest, with an Fvalue of 80.283 > Ftable of 3.14 and a significance value of $0.000 < 0.05$. In addition, the results of the determination coefficient test show an R Square value of 0.715, which means that 71.5% of the variation in students' entrepreneurial interest can be explained by entrepreneurial knowledge and social media utilization, while the remaining 28.5% is influenced by other factors not examined in this study. The results of this study indicate that Entrepreneurial Knowledge and Social Media Utilization have a positive and significant effect on Entrepreneurial Interest of 11th grade students majoring in Marketing at SMK Negeri 1 Medan.

Keywords: Entrepreneurial Knowledge, Utilization of Social Media, Interest in Entrepreneurship.

A. Pendahuluan

Perkembangan dunia kerja yang semakin kompetitif menuntut lulusan pendidikan menengah tidak hanya siap menjadi pencari kerja (job seeker), tetapi juga mampu menciptakan lapangan kerja secara mandiri (job creator) melalui kegiatan kewirausahaan (Rahayu & Sulistyowati, 2022). Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) sebagai lembaga pendidikan yang berorientasi pada dunia usaha dan dunia industri diharapkan mampu menghasilkan lulusan yang tidak

hanya memiliki kompetensi kerja, tetapi juga memiliki jiwa serta keterampilan kewirausahaan yang memadai (Rusdiana et al., 2024).

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS, 2025), tingkat pengangguran terbuka lulusan SMK masih menjadi yang tertinggi dibandingkan jenjang pendidikan lainnya, yaitu sebesar 8,63 persen. Kondisi ini menunjukkan bahwa lulusan SMK masih menghadapi tantangan dalam memasuki dunia kerja. Oleh karena itu, diperlukan upaya strategis untuk

mendorong siswa agar tidak hanya bergantung pada lapangan kerja formal, tetapi juga mampu menciptakan peluang usaha secara mandiri melalui kegiatan kewirausahaan (Rusdiana et al., 2024). Salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah melalui penguatan pengetahuan kewirausahaan.

Menurut Isma et al. (2021), pendidikan kewirausahaan sangat berperan penting dalam menumbuhkan minat berwirausaha untuk membekali individu dengan pengetahuan mengenai peluang usaha, pengelolaan usaha, dan keberanian mengambil risiko. Pengetahuan kewirausahaan yang baik dapat membentuk pola pikir kreatif, inovatif, dan mandiri sehingga mendorong kesiapan siswa dalam memilih kewirausahaan sebagai alternatif karier (Soelaiman & Larasati, 2025).

Minat berwirausaha merupakan faktor psikologis awal yang berperan penting dalam menentukan pilihan karier seseorang di bidang kewirausahaan. Minat ini mencerminkan kecenderungan individu untuk tertarik, memiliki keinginan, dan bersedia terlibat dalam aktivitas usaha (Mumtazi et al. 2025). Rahayu dan Sulistyowati (2022) menjelaskan bahwa minat berwirausaha menjadi salah satu syarat penting sebelum individu mengambil keputusan nyata

untuk memulai usaha. Minat tersebut tidak muncul secara instan, melainkan dibentuk melalui proses pembelajaran dan pengalaman yang dipengaruhi oleh faktor internal maupun eksternal (Isma et al., 2021)

Salah satu faktor internal yang berpengaruh terhadap minat berwirausaha adalah pengetahuan kewirausahaan, yaitu pemahaman individu mengenai konsep dasar kewirausahaan, proses perencanaan usaha, identifikasi peluang, pengelolaan risiko, serta manajemen bisnis (Pratiwi dan Iestari, 2022). Giri dan Sujana (2025) menyatakan bahwa semakin tinggi pengetahuan kewirausahaan yang dimiliki seseorang, maka semakin besar kecenderungannya untuk memiliki minat berwirausaha.

Selain faktor internal, faktor eksternal berupa perkembangan teknologi digital juga memiliki peran penting dalam membentuk minat berwirausaha (Isma et al., 2021). Rahayu dan Sulistyowati (2022) menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha karena memberikan kemudahan akses informasi dan peluang bisnis.

B. Metode Penelitian

Jenis Penelitian

Jenis Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu ex-post facto dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif. Sugiyono (2022) menyatakan bahwa penelitian ex-post facto adalah penelitian yang dilakukan untuk mempelajari apa yang terjadi kemudian melihat kembali kebelakang untuk mengetahui apa faktor penyebab terjadinya kejadian tersebut. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif.

Menurut Abdillah et al. (2021) penelitian kuantitatif merupakan pendekatan penelitian yang digunakan untuk menguji hubungan antarvariabel melalui pengumpulan data yang bersifat numerik. Data tersebut diperoleh menggunakan instrumen penelitian yang terstruktur dan dianalisis dengan teknik statistik, sehingga hasil penelitian bersifat objektif, terukur, dan dapat digunakan untuk menguji hipotesis secara empiris.

Lokasi dan Waktu Penelitian Penelitian ini dilaksanakan di SMK Negeri 1 Medan yang beralamat di jalan Sindoro No. 1 Medan. Waktu penelitian pada semester genap Tahun Ajaran 2025/ 2026.

Populasi dan Sampel

Populasi Sugiono (2022) mengemukakan bahwa populasi merupakan seluruh

kelompok yang akan diteliti pada cakupan wilayah dan waktu tertentu berdasarkan karakteristik yang telah ditentukan peneliti. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh siswa kelas XI Pemasaran SMK Negeri 1 Medan yang terdiri dari dua kelas yang berjumlah 67 orang.

Sampel

Menurut Sugiyono (2022), sampel merupakan bagian dari populasi yang memiliki karakteristik tertentu dan dipilih melalui prosedur statistik berdasarkan pertimbangan penelitian untuk menentukan jumlah sampel yang digunakan. Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel menggunakan Total sampling, yaitu teknik penentuan sampel dengan mengambil seluruh anggota populasi sebagai sampel penelitian. Dengan demikian, seluruh siswa SMK Negeri 1 Medan yang berjumlah 65 orang ditetapkan sebagai sampel dalam penelitian ini.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan **Deskripsi Hasil Penelitian-**

Uji Validitas dan Reabilitas Angket Penelitian ini dilaksanakan di SMK Negeri 1 Medan yang beralamat di jalan Sindoro No. 1 Medan. Populasi dalam penelitian ini adalah siswa kelas XI

jurusan Pemasaran yang berjumlah 66 siswa. Dengan sampel penelitian adalah seluruh total populasi yaitu 66 orang. Adapun fokus dalam penelitian ini adalah minat berwirausaha sebagai variabel bebas sedangkan pengetahuan kewirausahaan dan pemanfaatan media sosial sebagai terikat.

Uji Instrumen Penelitian

Sebelum penelitian dilaksanakan, terlebih dahulu dilakukan uji coba instrumen penelitian. Uji coba instrumen bertujuan untuk mengetahui tingkat validitas dan reliabilitas instrumen sehingga dapat dipastikan bahwa setiap butir pernyataan mampu mengukur variabel yang diteliti secara tepat dan konsisten. Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini berupa angket (kuesioner) yang disusun berdasarkan indikator dari masing-masing variabel penelitian. Jumlah pernyataan yang digunakan terdiri atas 20 item untuk variabel Pengetahuan Kewirausahaan (X_1), 20 item untuk variabel Pemanfaatan Media Sosial (X_2), dan 20 item untuk variabel Minat Berwirausaha (Y), sehingga keseluruhan instrumen berjumlah 60 item pernyataan. Sebagai langkah awal, penulis melakukan uji coba instrumen di luar sampel penelitian dengan melibatkan 30 siswa kelas XI

Jurusan Pemasaran di SMK Negeri 6 Medan sebagai responden uji coba. Pemilihan responden tersebut didasarkan pada pertimbangan bahwa mereka memiliki karakteristik yang serupa dengan responden penelitian, namun tidak termasuk dalam sampel penelitian yang sebenarnya. Data hasil uji coba kemudian dianalisis menggunakan SPSS 25 untuk mengetahui validitas dan reliabilitas setiap butir pernyataan. Setelah instrumen dinyatakan memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas, angket disebarkan kepada responden yang telah ditetapkan sebagai sampel penelitian. Selanjutnya, data yang diperoleh

Pembahasan Hasil Penelitian

Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan (X_1) terhadap Minat Berwirausaha (Y)

Menurut Sari et al. (2022), pengetahuan kewirausahaan merupakan bekal yang dapat meningkatkan motivasi dan minat seseorang untuk berwirausaha karena individu memahami peluang usaha, serta kemandirian yang dapat diperoleh melalui kegiatan usaha. Selain itu, Rusdiana et al. (2024) menyatakan bahwa pengetahuan kewirausahaan berperan dalam meningkatkan kesiapan individu dalam merencanakan usaha, mengelola keuangan, serta mengambil

keputusan bisnis secara tepat. Selanjutnya, Wijaya dan Nuringsih (2024) menjelaskan bahwa pengetahuan kewirausahaan juga mampu mendorong berkembangnya kreativitas dan inovasi individu dalam menciptakan ide usaha yang bernilai jual serta mampu menyesuaikan diri dengan kebutuhan pasar. Dengan demikian, pengetahuan kewirausahaan tidak hanya memberikan pemahaman mengenai konsep dasar usaha,

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Pengetahuan Kewirausahaan (X_1) berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha (Y) siswa kelas XI Jurusan Pemasaran SMK Negeri 1 Medan. Berdasarkan hasil uji parsial (uji t), diperoleh nilai thitung sebesar 9,631, sedangkan ttabel sebesar 1,998, sehingga diperoleh thitung > ttabel ($9,631 > 1,998$) dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, hipotesis pertama (H_1) diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa Pengetahuan Kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha siswa kelas XI Jurusan Pemasaran SMK Negeri 1 Medan.

Selain berdasarkan hasil uji t , hasil analisis regresi linear berganda juga menunjukkan bahwa Pengetahuan Kewirausahaan berpengaruh positif terhadap Minat Berwirausaha.

Berdasarkan hasil analisis regresi diperoleh persamaan regresi $Y = -3,640 + 0,549X_1 + 0,522X_2 + e$ Nilai koefisien regresi Pengetahuan Kewirausahaan sebesar 0,549 menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1 satuan pada Pengetahuan Kewirausahaan akan meningkatkan Minat Berwirausaha sebesar 0,549 satuan, dengan asumsi variabel Pemanfaatan Media Sosial bernilai tetap. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi pengetahuan kewirausahaan yang dimiliki siswa, maka semakin tinggi pula minat siswa untuk berwirausaha.

Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial (X_2) terhadap Minat Berwirausaha (Y)

Menurut Kawedar et al. (2024), pemanfaatan media sosial merupakan penggunaan platform digital sebagai sarana komunikasi, promosi, pemasaran, serta penyebaran informasi yang dapat membantu seseorang dalam mengembangkan usaha dan memperluas jangkauan pasar. Selain itu, Lestari et al. (2024) menyatakan

Dalam penelitian ini menunjukkan hasil penelitian bahwa variabel Pemanfaatan Media Sosial (X_2) berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha (Y) siswa sesuai dengan hasil penelitian yang telah dilakukan. Berdasarkan hasil uji parsial (uji t),

diperoleh nilai thitung sebesar 8,416, sedangkan ttabel sebesar 1,998, sehingga diperoleh thitung > ttabel ($8,416 > 1,998$) dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, hipotesis kedua (H_2) diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa Pemanfaatan Media Sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha siswa kelas XI SMK Negeri 1 Medan.

Selain itu, hasil analisis regresi linear berganda juga menunjukkan bahwa Pemanfaatan Media Sosial berpengaruh positif terhadap Minat Berwirausaha. Berdasarkan hasil analisis regresi diperoleh persamaan regresi $Y = -3,640 + 0,549X_1 + 0,522X_2 + e$. Nilai koefisien regresi Pemanfaatan Media Sosial sebesar 0,522 menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1 satuan pada Pemanfaatan Media Sosial akan meningkatkan Minat Berwirausaha sebesar 0,522 satuan, dengan asumsi variabel Pengetahuan Kewirausahaan bernilai tetap. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik pemanfaatan media sosial yang dilakukan siswa, maka semakin tinggi pula minat siswa untuk berwirausaha.

Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan (X_1) dan Pemanfaatan Media Sosial (X_2) terhadap Minat Berwirausaha (Y)

Menurut Theory of Planned Behavior (TPB) yang dikemukakan oleh Ajzen (1991), minat seseorang untuk melakukan suatu perilaku dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku (attitude toward behavior), norma subjektif (subjective norm), dan persepsi kontrol perilaku (perceived behavioral control). Dalam konteks penelitian ini, pengetahuan kewirausahaan memberikan pemahaman, keterampilan, dan keyakinan kepada siswa mengenai dunia usaha, sedangkan pemanfaatan media sosial memberikan kemudahan dalam memperoleh informasi, memperluas wawasan bisnis, serta mengenal berbagai peluang usaha. Kedua faktor tersebut mampu membentuk sikap positif dan meningkatkan keyakinan siswa untuk memilih berwirausaha sebagai salah satu pilihan karier di masa depan. Oleh karena itu, semakin baik pengetahuan kewirausahaan dan pemanfaatan media sosial yang dimiliki siswa, maka semakin tinggi pula minat siswa untuk berwirausaha.

D. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, analisis data, serta pembahasan mengenai Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Pemanfaatan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha Siswa Kelas XI SMK

Negeri 2 Kisaran, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengetahuan Kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha siswa kelas XI Pemasaran SMK Negeri 1 Medan. Hal ini dibuktikan berdasarkan hasil uji parsial (uji t) yang menunjukkan bahwa nilai thitung sebesar 9,631 lebih besar daripada ttabel sebesar 1,998 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga hipotesis pertama diterima. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin baik pengetahuan kewirausahaan yang dimiliki siswa, baik mengenai konsep kewirausahaan, kemampuan melihat peluang usaha, maupun keterampilan dalam mengelola usaha, maka akan semakin tinggi pula minat siswa untuk menjadi seorang wirausaha.

2. Pemanfaatan Media Sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha siswa kelas XI Pemasaran SMK Negeri 1 Medan. Hal ini dibuktikan berdasarkan hasil uji parsial (uji t) yang menunjukkan bahwa nilai thitung sebesar 8,416 lebih besar daripada ttabel sebesar 1,998 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga hipotesis kedua diterima. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial sebagai sarana memperoleh informasi, promosi,

komunikasi, serta pembelajaran mengenai dunia usaha mampu meningkatkan minat siswa untuk berwirausaha karena memberikan kemudahan dalam mengenal peluang bisnis dan strategi pemasaran digital.

3. Pengetahuan Kewirausahaan dan Pemanfaatan Media Sosial secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha siswa kelas XI Pemasaran SMK Negeri 1 Medan. Hal ini dibuktikan berdasarkan hasil uji simultan (uji F) yang menunjukkan bahwa nilai Fhitung sebesar 80,283 lebih besar daripada Ftabel sebesar 3,14 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga hipotesis ketiga diterima. Selain itu, hasil analisis koefisien determinasi menunjukkan nilai R Square sebesar 0,715 atau 71,5%, yang berarti bahwa Minat Berwirausaha siswa dapat dijelaskan oleh Pengetahuan Kewirausahaan dan Pemanfaatan Media Sosial sebesar 71,5%, sedangkan sisanya 28,5% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Temuan ini menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut memiliki kontribusi yang kuat dalam meningkatkan Minat Berwirausaha siswa.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi sekolah diharapkan dapat terus meningkatkan kualitas pembelajaran kewirausahaan dengan memberikan lebih banyak kegiatan praktik, pelatihan, seminar, maupun program kewirausahaan yang mampu meningkatkan pengetahuan serta pengalaman siswa dalam berwirausaha. Selain itu, sekolah juga diharapkan dapat memfasilitasi pemanfaatan media sosial sebagai media pembelajaran dan promosi produk siswa agar minat berwirausaha semakin berkembang.
2. Bagi guru mata pelajaran kewirausahaan diharapkan dapat menerapkan metode pembelajaran yang lebih inovatif dan berbasis praktik sehingga siswa tidak hanya memahami konsep kewirausahaan secara teoritis, tetapi juga mampu mengaplikasikannya dalam kehidupan nyata. Guru juga dapat memberikan contoh pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran digital sehingga siswa lebih tertarik untuk memulai usaha sejak dini.
3. Bagi siswa diharapkan dapat terus meningkatkan pengetahuan kewirausahaan melalui kegiatan belajar di sekolah maupun dari berbagai sumber

lainnya. Selain itu, siswa diharapkan mampu memanfaatkan media sosial secara lebih bijak dan produktif, tidak hanya sebagai media hiburan tetapi juga sebagai sarana belajar, mencari peluang usaha, membangun jaringan, serta mempromosikan produk atau jasa yang dimiliki sehingga dapat meningkatkan minat dan kemampuan berwirausaha.

4. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel lain yang diduga memengaruhi minat berwirausaha, seperti motivasi berwirausaha, lingkungan keluarga, efikasi diri, pendidikan kewirausahaan, dukungan teman sebaya, maupun kreativitas, mengingat dalam penelitian ini masih terdapat 28,5% faktor lain yang belum diteliti. Selain itu, penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan jumlah responden yang lebih besar atau objek penelitian yang berbeda sehingga diperoleh hasil yang lebih luas dan dapat dibandingkan dengan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, L. A., HS, S., Muniarty, P., Nanda, I., Retnandari, S. D., Wulandari., Prasetyo, A. H., Sinambela, S., Mansur., Aulia, T. Z., Hamzah, A., Firmansyah, H., Andari, S., Rismadi, B., Purba, S., Gazi., & Sina, I. (2021). Metode

- penelitian dan analisis data comprehensive. Penerbit Insania.
- Abubakar, R. (2021). Pengantar metodologi penelitian. SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga.
- Afriani, S., Yanti, R. T., & Ellya, E. (2024). Minat Berwirausaha pada Wanita di Kota Bengkulu. *Jurnal Ilmiah Ekonomika*, 8(1).
- Aini, Q., & Oktafani, F. (2020). Pengaruh pengetahuan kewirausahaan, motivasi berwirausaha dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha mahasiswa fakultas komunikasi dan bisnis telkom university. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 17(2), 151-159.
- Aisyah, I. A., Sumarno., & Isjoni., M., Y., R. (2024) Hubungan Pemanfaatan Media Sosial dan Kreativitas Dengan Keberlanjutan Usaha UMKM Kerupuk Cabe di Kota Dumai. *Journal of Education Technology Information Social Sciences and Health*, 3 (1), 578-584.
- Amsal., Restusari, L., Wijianto., Asrori., Sastri., Rondonuwu, C. N., Raule, J. H., Masnila., Idayanti., Hamka., Losu, F. N., Rasima., Langi, G. K. L., Annas, M., & Sharfina, D. (2025). Kewirausahaan (Cetakan pertama). PT Media Pustaka Indo.
- Arif, M. N., Parawansyah, M. I., Huda, F. H., & Zulfahmi, M. N. (2025). Strategi menumbuhkan minat belajar siswa melalui pendekatan deep learning. *Jurnal Muassis Pendidikan Dasar*, 4(1), 8-16.
- Arisma, R. N., Putri, P. L., & Yuttama, F. R. (2025). Pengaruh pengetahuan kewirausahaan, sikap kewirausahaan dan efikasi diri terhadap kesiapan berwirausaha pada generasi Z di Kabupaten Purbalingga
- Ayunda, N. K. L. F., & Putra, K. W. S. P. (2025). Pengaruh personal branding dan pengalaman pengguna digital terhadap minat berwirausaha di e-commerce pada generasi Z. *CITIZEN: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, 5(5), 1364–1374.
- Azwar, S. (2021). Penyusunan Skala Psikologi (Edisi III). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bedo, M. D., & Setya, T. D. (2023). Analisis faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat berwirausaha mahasiswa. *JAMIN: Jurnal Aplikasi Manajemen dan Inovasi Bisnis*, 6(1), 76-91.
- Chindya, P., & Lubis, P. K. D. (2024). Pengaruh Pengetahuan Media Sosial Dan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Dengan Efikasi Diri Sebagai Variabel Intervening Pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Angkatan 2020 Universitas Negeri Medan. *JRPP : Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran*, 7 (4), 12614 – 12625.