

Pengaruh Lingkungan Keluarga, Pengetahuan Kewirausahaan dan Sosial Media Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Unilak

WENTISASRAPITA ABIYUS¹; HELWEN HERI²; AGUS SESWANDI³

Universitas Lancang Kuning
Jl. Yos Sudarso No.KM. 8, Umban Sari, Kec. Rumbai, Kota Pekanbaru, Riau 28266
E-mail : wenti.abiyus@gmail.com

Submit: 12 September 2022

Review: 10 Okto 2022

Publish: 26 Nov 2022

*) Korespondensi

Abstract: The role of the family is very important in growing children's interest. Parents are the first educators and as a foundation in the main guidance of affection. So it is parents who give a lot of influence and personality color to a child. Thus, given the importance of education in the family environment, the influence in the family environment on children can influence what children are interested in. This research is a descriptive research, namely research that aims to describe phenomena and contexts in the interest in entrepreneurship of UNILAK students. The approach used is a case study. This research is a case study research because the focus of this research is to answer the questions "how" and "what" that affect UNILAK students' interest in entrepreneurship and want to cover contextual conditions that are relevant to the phenomenon. This research was conducted at UNILAK. The results of this study indicate that the family environment, knowledge of entrepreneurship and social media influence the entrepreneurial interest of UNILAK students. The suggestions from this study are that it is hoped that parents and families will support their children more in entrepreneurship in addition to routine lectures so that students are more independent and more responsible for themselves, it is hoped that parents and families can provide motivation related the importance of knowledge about entrepreneurship to their children, it is hoped that parents, families and also students can use social media wisely and usefully for everyday life and can use the modern opportunities of social media to increase knowledge and also earn income.

Keywords: Management Information System, Family Environment, Entrepreneurship Knowledge, Social Media and Interest in Entrepreneurship

Tantangan untuk mencari kerja di kalangan lulusan perguruan tinggi semakin ketat dan jumlah peluang penawaran kesempatan kerja tidak sebanding dengan jumlah lulusan atau penawaran tenaga kerja baru disegala level Pendidikan (Saiman, 2009). Memiliki pekerjaan yang mapan merupakan idaman setiap orang khususnya bagi mahasiswa yang baru selesai menyelesaikan studi di perguruan tinggi, apalagi kalau pekerjaan yang diperoleh sesuai dengan kompetensi yang dikuasai. Kompetensi yang telah ditempuh selama menempuh kuliah di perguruan tinggi akan lebih bermanfaat apabila diterapkan dalam dunia kerja. Kewirausahaan termasuk kompetensi yang diajarkan oleh perguruan tinggi terbukti ada mata kuliah Kewirausahaan yang berjumlah 2 Sks dan mata kuliah kewirausahaan ini dijadikan

matakuliah wajib untuk setiap prodi di UNILAK. Mahasiswa diajari memahami teori tentang kewirausahaan, kemudian diterapkan dalam suatu bentuk praktek usaha sendiri yang difasilitasi juga oleh perguruan tinggi, agar mahasiswa dapat menambah ilmu dan mengembangkan kewirausahaan. Selain menuntut ilmu dengan adanya mata kuliah kewirausahaan supaya mahasiswanya lebih mandiri dan bisa mempunyai penghasilan sendiri. Selain itu faktor pendukung mahasiswa UNILAK untuk berwirausaha sangat di butuhkan, seperti faktor dukungan dari keluarga.

Pengaruh di lingkungan keluarga terhadap anak dapat mempengaruhi apa yang diminati oleh anak (Wibowo, 2011). Dengan anggapan ahli tersebut maka dapat kita simpulkan bahwa minat

mahasiswa UNILAK untuk berwirausaha di pengaruhi oleh lingkungan keluarga, dukungan lingkungan keluarga baik itu moral ataupun materil bisa mempengaruhi minat mahasiswa untuk berwirausaha, selain faktor keluarga faktor lain yang mempengaruhi minat seseorang untuk berwirausaha adalah salah satunya pengetahuan tentang kewirausahaan itu sendiri.

Menurut Wibowo (2011) lingkungan sosial merupakan lingkungan masyarakat dimana terjadi interaksi antara individu satu dengan yang lain, individu dengan kelompok, atau kelompok. Berkaitan dengan lingkungan keluarga, maka peran keluarga sangat penting dalam menumbuhkan minat anak. Orang tua merupakan pendidik pertama dan sebagai tumpuan dalam bimbingan kasih sayang yang utama. Maka orang tua lah yang banyak memberikan pengaruh dan warna kepribadian terhadap seorang anak. Dengan demikian mengingat pentingnya pendidikan di lingkungan keluarga, maka pengaruh di lingkungan keluarga terhadap anak dapat mempengaruhi apa yang diminati oleh anak (Wibowo, 2011).

Indikator Lingkungan Keluarga

Pengukuran tingkat pengaruh lingkungan keluarga menggunakan tiga dimensi, dimensi tersebut menurut Wulandari, A, Rehulina M (2013) antara lain: Perhatian Orang Tua, perhatian orangtua adalah upaya sadar yang dilakukan orang tua pada anaknya berupa tenaga, pikiran dan perasaan dengan melakukan suatu aktivitas tertentu. Perhatian orang tua terhadap anaknya dapat diwujudkan dengan memberikan bimbingan pada anak, memberikan ide dan nasihat untuk terus menjadi lebih baik; Dukungan dari Orang Tua, dukungan yang diberikan orang tua sangat berguna dalam mendorong minat mahasiswa berwirausaha, dukungannya dapat berupa dukungan secara moral maupun nonformal karena akan sangat memudahkan mahasiswa beraktifitas; Peran Orang Tua, peran keluarga juga sangat penting dalam

menumbuhkan minat berwirausaha bagi mahasiswa pendidikan kewirausahaan dapat berlangsung sejak usia dini dalam lingkungan keluarga. Minat berwirausaha tumbuh dan berkembang dengan baik pada seseorang yang hidup dan tumbuh di lingkungan keluarga wirausahawan.

Pengetahuan berwirausaha merupakan berpengaruh terhadap minat seseorang untuk berwirausaha. Seorang wirausahawan tidak akan berhasil apabila tidak memiliki pengetahuan, kemampuan dan kemauan. Ada kemauan tapi tanpa kemampuan dan pengetahuan tidak akan membuat wirausahawan itu menjadi sukses, sebaliknya memiliki pengetahuan dan kemampuan tanpa didasari oleh kemauan yang kuat tidak akan mengantarkan wirausaha itu juga pada kesuksesan. Pengetahuan kewirausahaan merupakan kemampuan yang dimiliki seseorang untuk menciptakan peluang berwirausaha Nurhalimah (2017).

Indikator Pengetahuan Kewirausahaan. Beberapa bekal pengetahuan kewirausahaan yang perlu dimiliki menurut Suryana (2014) adalah sebagai berikut: Pengetahuan mengenai usaha yang akan dirintis; Pengetahuan tentang peran dan tanggung jawab; Pengetahuan tentang kepribadian dan kemampuan diri; Pengetahuan tentang manajemen dan organisasi bisnis.

Media sosial menurut Philip Kotler dan Kevin Keller (2012) dalam Eswanto Sugeng Rahayu dan Siti Laela (2018), merupakan sarana bagi konsumen untuk berbagi informasi teks, gambar, audio, dan video dengan satu sama lain dan dengan perusahaan dan sebaliknya. Peran media sosial semakin diakui dalam mendorong kinerja bisnis. Media sosial memungkinkan bisnis kecil dapat mengubah cara berkomunikasi dengan pelanggan, memasarkan produk dan jasa serta saling berinteraksi dengan pelanggan yang bertujuan untuk membangun hubungan yang baik. Pendapat lain diungkapkan oleh Shirky dalam Rulli Nasrullah (2016) dalam Eswanto Sugeng

Rahayu dan Siti Laela (2018), media sosial dan perangkat lunak sosial merupakan alat untuk meningkatkan kemampuan pengguna dan melakukan tindakan secara kolektif yang semuanya berada diluar kerangka institusional maupun organisasi. Sedangkan menurut Boyd dalam Rulli Nasrullah (2016) dalam Eswanto Sugeng Rahayu dan Siti Laela (2018), menjelaskan media sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain.

Pengukuran tingkat penggunaan media sosial menggunakan indikator. Menurut As'ad dan Alhadid (2014) indicator media sosial antara lain : Sarana Komunikasi (*Communication*), sarana komunikasi disini akan menggambarkan tentang cara pemanfaatan mahasiswa dalam menggunakan akun media sosial untuk berkomunikasi dengan lingkungannya; Akses (*Accessibility*), akses disini akan menunjukkan rutinitas mahasiswa dalam menggunakan akun media sosial serta jangkauan jangkauan dalam mengaksesnya; Pemanfaatan (*Usability*), pemanfaatan yang dilakukan mahasiswa sehari-hari akan terlihat sudah seberapa besar manfaat tersebut didapatkan.

Minat adalah kecenderungan dan keinginan yang besar terhadap sesuatu yang terdiri dari suatu perasaan senang, harapan, perasaan tertarik, yang muncul karena kemauan dan kecenderungan-kecenderungan yang lain yang mengarahkan seseorang kepada suatu pilihan atau motif.

Berwirausaha adalah kegiatan untuk melakukan suatu usaha melalui ide-ide kreatif dan inovatif dengan karakteristik kepribadiannya, berani mennghadapi tantangan, siap mental, mempunyai kepercayaan diri, berorientasi ke masa depan serta mempunyai keterampilan untuk memenuhi kebutuhan. (Alma, 2001)

Menurut suryaman (2006) minat berwirausaha adalah kemampuan untuk memberanikan diri dalam memenuhi

kebutuhan hidup serta memecahkan permasalahan hidup, memajukan usaha atau menciptakan usaha baru dengan kekuatan yang ada pada diri sendiri.

Indikator minat berwirausaha terdiri dari beberapa aspek penting yang harus dipenuhi. Hurlock (1997) dalam Riyanri (2003) mengemukakan bahwa dimensi minat berwirausaha adalah : Kemauan, kemauan yaitu dorongan untuk mencoba berusaha secara mandiri dan berani menghadapi resiko dan adanya keyakinan pada diri sendiri. Kemauan tersebut berperan penting dalam mempengaruhi minat dalam berwirausaha; Perhatian, perhatian yaitu adanya sesuatu yang menarik individu untuk berinovasi mencapai peluang usaha. Apabila individu tertarik dengan sesuatu kegiatan yaitu kegiatan wirausaha maka yang bersangkutan akan melakukan kegiatan tersebut; Kesenangan, kesenangan yaitu kegiatan yang dilakukan jika memperoleh penghargaan dan prestasi. Apabila suatu kegiatan memperoleh penghargaan dan dukungan orang lain maka akan mendorong individu untuk melakukan kegiatan tersebut dengan senang hati, dalam hal ini adalah kegiatan kewirausahaan. Kesenangan merupakan aspek yang mempengaruhi minat saat hasil diperoleh; Aktivitas, aktivitas yaitu kegiatan yang dilakukan ketika waktu luang untuk mencari tambahan pengetahuan dan ketrampilan.

METODE

Inti kajian dalam penelitian ini adalah Penelitian yang berupa mengimplementasikan hubungan antara pengaruh lingkungan keluarga, pengetahuan kewirausahaan dan sosial media terhadap minat berwirausaha mahasiswa UNILAK. Penulis melihat bahwa aspek tersebut diduga sebagai kekuatan strategis yang perlu dibina dan dikembangkan secara simultan dalam rangka mewujudkan cita-cita yang diharapkan.

Adapun lokasi untuk mengkaji masalah dalam penelitian ini adalah

Universitas Lancang Kuning Pekanbaru. Sementara yang menjadi objeknya adalah mahasiswa yang kuliah di Universitas Lancang Kuning Pekanbaru.

Dalam penelitian ini skala pengukuran yang digunakan adalah skala Likert., Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang. Jawaban setiap item instrument yang menggunakan skala Likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata, dan untuk keperluan analisis kuantitatif maka jawaban itu diberikan skor antara lain

Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa universitas lancang kuning yang mengambil mata kuliah kewirausahaan pada tahun 2018, 2019 dan 2020 sebesar 1.464 orang mahasiswa yang menjadi populasi pada penelitian ini. Populasi yang diteliti sebanyak 1.464 mahasiswa. Pengambilan sample dengan menggunakan metode *purposive sampling*, pengambilan sampel dengan memperhatikan kriteria-kriteria tertentu yaitu kepada mahasiswa yang mengambil mata kuliah kewirausahaan pada periode perkuliahan 2020/2021 ganjil.

Jumlah Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa yang kuliah di Universitas Lancang Kuning Pekanbaru tahun 2018-2020/2021 yang berjumlah 1.464 mahasiswa. Dalam penelitian ini karena jumlah sampel yang terlalu banyak dan saran pembimbing maka penulis mengambil jumlah 100 mahasiswa untuk mewakili.

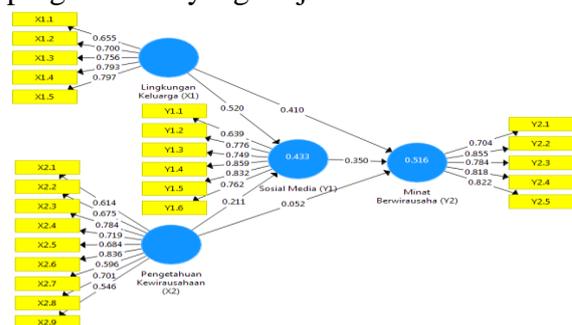
Sampel yang diambil berdasarkan teknik probability sampling; simple random sampling, dimana peneliti memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu sendiri. Maka penulis mengambil 100 jawaban dari kuesioner secara acak ke mahasiswa unilak melalui kuesioner online google form untuk di jadikan responden dalam penelitian ini.

Penelitian pengaruh lingkungan keluarga, pengetahuan kewirausahaan dan sosial media terhadap minat berwirausaha

mahasiswa Unilak berfokus pada *micro-level* untuk mengukur pengaruh lingkungan keluarga, pengetahuan kewirausahaan dan sosial media terhadap minat berwirausaha mahasiswa Unilak.

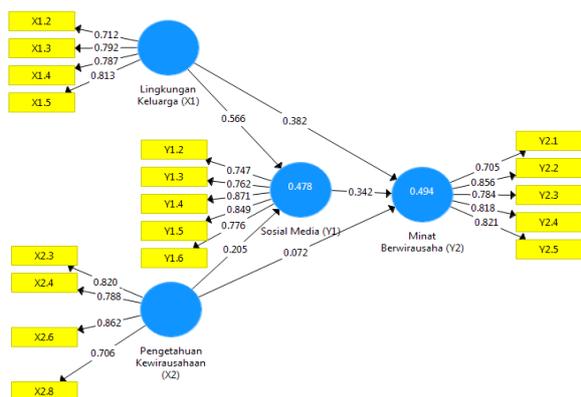
HASIL

Pada penelitian ini, pengujian hipotesis menggunakan teknik analisis *Partial Least Square* (PLS) dengan program smartPLS 3.0. Berikut ini adalah sekema model program PLS yang diujikan:



Gambar 1. Outer Model

Gambar 1 adalah hasil atau *out put* SmartPLS dari perintah calculate PLS atau PLS algorithma menghasilkan koefisien jalur, berdasarkan *out put* koefisien jalur pada gambar 4.3 di atas indikator yang mempunyai loading faktor di bawah 0,7 di drop daripenelitian selanjutnya. akan tetapi menurut Solimun dkk (2017). Dalam SEM-PLS uji validitas dihitung melalui convergen validity dan diskriminan vailidity. *Loading faktor*; sebuah indikator dinyatakan memiliki convergent validity apabila nilai loading faktorn $\geq 0,50 - 0,70$. Artinya bahwa kontribusi untuk mengukur variabel latennya minimal 50%. Dan juga di dukung oleh pendapat ahli yaitu untuk penelitian tahap awal dari pengembangan skala pengukuran nilai loading faktor 0,50 sampai 0,60 dianggap cukup (Chin, dalam Ghazali, 2011). Maka dari itu untuk drop selanjutnya maka akan di drop loading faktor yang mempunyai nilai $\geq 0,6$ di karenakan ada dua macam pendapat maka penulis mengambil nilai tengah dari referensi tersebut. Hasil drop loading faktor $\geq 0,7$ dapat kita lihat pada gambar 4.4 di bawah ini.



Gambar 2. Outer Model

Dari gambar 2 diatas dapat kita lihat variabel lingkungan keluarga (X1) terdapat 4 indikator yang memiliki nilai loading faktor $\geq 0,7$ yaitu X1.2 dengan nilai loading faktor 0,712, X1.3 dengan nilai loading faktor 0,792, X1.4 dengan nilai loading faktor 0,787, dan X1.5 dengan nilai loading faktor 0,813.

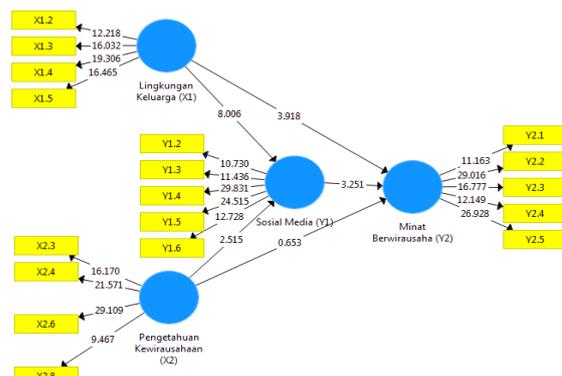
Untuk nilai loading faktor pada indikator dari variabel pengetahuan kewirausahaan (X2) terdapat 4 indikator yang memiliki nilai loading faktor $\geq 0,7$ adalah X2.3 dengan nilai loading faktor 0,820, X2.4 dengan nilai loading faktor 0,788, X2.6 dengan nilai loading faktor 0,862, X2.8 dengan nilai loading faktor 0,706.

Untuk nilai loading faktor pada indikator dari variabel sosial media (Y1) terdapat 5 indikator yang memiliki nilai loading faktor $\geq 0,7$ adalah Y1.2 dengan nilai loading faktor 0,747, Y1.3 dengan nilai loading faktor 0,762, Y1.4 dengan nilai loading faktor 0,871, Y1.5 dengan nilai loading faktor 0,849, dan Y1.6 dengan nilai loading faktor 0,776.

Untuk nilai loading faktor pada indikator dari variabel minat berwirausaha (Y2) terdapat 5 indikator yang memiliki nilai loading faktor $\geq 0,7$ adalah Y2.1 dengan nilai loading faktor 0,705, Y2.2 dengan nilai loading faktor 0,856, Y2.3 dengan nilai loading faktor 0,784, Y2.4 dengan nilai loading faktor 0,818, dan Y2.5 dengan nilai loading faktor 0,821.

Dari gambar 2 dan dari penjelasan di

atas maka dapat di simpulkan dari semua indikator sudah mempunyai loading faktor $\geq 0,7$, maka dapat di artikan semua indikator pada variabel lingkungan keluarga (X1), pengetahuan kewirausahaan (X2), sosial media (Y1), dan variabel minat berwirausaha (Y2) sudah valid dan bisa di lanjutkan untuk langkah selanjutnya.



Gambar 3. Inner Model

Gambar 3 di atas adalah gambar hasil dari calculate PLS Bootstrapping untuk melihat nilai T statistik untuk menguji *Fit* pada indikator, indikator dapat di katakan *Fit* apabila nilai T statisti $\geq 1,96$ (ada yang membulatkan menjadi 2) di katakan valid, dari gambar di atas dapat kita lihat nilai T statistik dari semua indikator $\geq 1,96$ maka dapat di katakan seluruh indikator pada model di katakan sudah *Fit*.

Pada gambar 1, 2, dan 3 disebutkan adanya gambar outer model dan inner model perdedaan keduanya adalah Outer model (Model Measurement) Model ini menspesifikasi hubungan antar variabel laten dengan indikator-indikatornya. atau dapat dikatakan bahwa outer model mendefinisikan bagaimana setiap indikator berhubungan dengan variabel latennya dan Inner Model (Model Structural) adalah Uji pada model struktural dilakukan untuk menguji hubungan antara konstruk laten.

PEMBAHASAN

Pengaruh Lingkungan Keluarga (X1) Terhadap Minat Berwirausaha (Y2)

Hasil penelitian pada hipotesis pertama menunjukkan Lingkungan Keluarga (X1) berpengaruh positif

signifikan terhadap Minat Berwirausaha (Y2) dengan nilai koefisien (sample asli) sebesar 0.382, rata-rata sampel 0.386 dan standar deviasi sebesar 0.098 signifikan pada level alpha 1% dengan hasil T statistik $3.981 >$ dari 1,65 dan nilai P Value $0.000 < 0,01$, sehingga dapat di simpulkan terdapat pengaruh positif signifikan Lingkungan Keluarga (X1) Terhadap Minat Berwirausaha (Y2) maksudnya adalah semakin baik/tinggi Lingkungan Keluarga (X1) maka Minat Berwirausaha (Y2) akan meningkat secara signifikan. berarti hipotesis Lingkungan Keluarga (X1) berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Berwirausaha (Y2) di terima.

Pentingnya penelitian ini untuk mengetahui Lingkungan Keluarga (X1) terhadap Minat Berwirausaha (Y2) mahasiswa/mahasiswi UNILAK di Pekanbaru yang di buktikan dengan hasil penelitian yaitu dengan data secara kuantitatif yaitu dengan menyebarkan angket kuesioner kepada mahasiswa/mahasiswi UNILAK yang di buktikan dengan hasil penelitian yaitu dengan data secara kuantitatif yaitu dengan menyebarkan angket kuesioner kepada responden yaitu mahasiswa/mahasiswi Universitas Lancang Kuning TA 2020/2021. Menurut Wibowo (2011) lingkungan sosial merupakan lingkungan masyarakat dimana terjadi interaksi antara individu satu dengan yang lain, individu dengan kelompok, atau kelompok. Berkaitan dengan lingkungan keluarga, maka peran keluarga sangat penting dalam menumbuhkan minat anak. Orang tua merupakan pendidik pertama dan sebagai tumpuan dalam bimbingan kasih sayang yang utama. Maka orang tua yang banyak memberikan pengaruh dan warna kepribadian terhadap seorang anak. Dengan demikian mengingat pentingnya pendidikan di lingkungan keluarga, maka pengaruh di lingkungan keluarga terhadap anak dapat mempengaruhi apa yang diminati oleh anak (Wibowo, 2011). maka dengan hasil yang di dapat adalah pengaruh positif signifikan lingkungan keluarga terhadap minat mahasiswa UNILAK untuk berwirausaha, dapat juga di artikan dukungan keluarga baik moril ataupun materil sangat mempengaruhi

secara signifikan minat seorang mahasiswa/mahasiswi di UNILAK untuk berwirausaha.

Dari penelitian yang di lakukan secara langsung dan kuantitatif yaitu dengan menyebarkan angket kuesioner kepada responden dan juga untuk menjadi perbandingan dengan penelitian terdahulu terutama penelitian dengan hasil yang positif terkait pengaruh lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha mahasiswa/mahasiswi, dengan adanya penelitian ini bisa membuktikan pengaruh keluarga positif dan signifikan terhadap minat seseorang mahasiswa/mahasiswi dalam berwirausaha.

Penelitian ini sama dengan penelitian Putri Kemala Dewi Lubis (2017), judul penelitian faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa berwirausaha (studi kasus mahasiswa Pendidikan Ekonomi yang mengikuti mata kuliah praktikum kewirausahaan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan). Hasil penelitian ini adalah kepribadian dan lingkungan keluarga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap aktivitas berwirausaha mahasiswa. Secara parsial kepribadian berpengaruh positif dan signifikan terhadap aktivitas berwirausaha mahasiswa, sedangkan pendidikan kewirausahaan dan lingkungan keluarga berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap aktivitas berwirausaha mahasiswa.

Pengaruh Lingkungan Keluarga (X1) terhadap Sosial Media (Y1)

Hasil penelitian pada hipotesis kedua menunjukkan Lingkungan Keluarga (X1) berpengaruh positif signifikan terhadap terhadap Sosial Media (Y1) dengan nilai koefisien (sample asli) sebesar 0.566, rata-rata sampel 0.568 dan standar deviasi sebesar 0.071 signifikan pada level alpha 1% dengan hasil T statistik $8.006 >$ dari 1,65 dan nilai P Value $0.000 < 0,01$, sehingga dapat di simpulkan terdapat pengaruh positif signifikan Lingkungan Keluarga (X1) terhadap Sosial Media (Y1) maksudnya adalah semakin baik/tinggi

Lingkungan Keluarga (X1) maka Sosial Media (Y1) akan meningkat secara signifikan. berarti hipotesis Lingkungan Keluarga (X1) berpengaruh positif signifikan terhadap Sosial Media (Y1) di terima.

Pentingnya penelitian ini untuk mengetahui Lingkungan Keluarga (X1) terhadap Sosial Media (Y1) mahasiswa/mahasiswi UNILAK di Pekanbaru yang di buktikan dengan hasil penelitian yaitu dengan data secara kuantitatif yaitu dengan menyebarkan angket kuesioner kepada mahasiswa/mahasiswi UNILAK yang di buktikan dengan hasil penelitian yaitu dengan data secara kuantitatif yaitu dengan menyebarkan angket kuesioner kepada responden yaitu mahasiswa/mahasiswi Universitas Lancang Kuning TA 2020/2021. Menurut Wibowo (2011) lingkungan sosial merupakan lingkungan masyarakat dimana terjadi interaksi antara individu satu dengan yang lain, individu dengan kelompok, atau kelompok. Berkaitan dengan lingkungan keluarga, maka peran keluarga sangat penting dalam menumbuhkan minat anak. Orang tua merupakan pendidik pertama dan sebagai tumpuan dalam bimbingan kasih sayang yang utama. Maka orang tua yang banyak memberikan pengaruh dan warna kepribadian terhadap seorang anak. Dengan demikian mengingat pentingnya pendidikan di lingkungan keluarga, maka pengaruh di lingkungan keluarga terhadap anak dapat mempengaruhi apa yang diminati oleh anak (Wibowo, 2011). Rahayu dan Siti Laela (2018), menjelaskan media sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain. Di lihat dari pengertian yang di kemukakan para ahli maka keluarga yang mempengaruhi karakter seseorang untuk menggunakan sosial media dengan baik dan memanfaatkan sosial media sebagai sarana komunikasi yang baik untuk membangun interaksi dengan orang lain.

Maka dengan hasil yang di dapat adalah pengaruh positif signifikan lingkungan keluarga terhadap social media

mahasiswa/mahsiswi di UNILAK.

Dari penelitian yang di lakukan secara langsung dan kuantitatif yaitu dengan menyebarkan angket kuesioner kepada responden dan juga untuk menjadi perbandingan dengan penelitian terdahulu terutama penelitian dengan hasil yang positif terkait pengaruh lingkungan keluarga terhadap sosial media mahasiswa/mahasiswi di UNILAK, dengan adanya penelitian ini bisa membuktikan pengaruh keluarga positif dan signifikan terhadap sosial media mahasiswa/mahasiswi dalam berwirausaha.

Penelitian ini sama dengan penelitian Retno Endah Supeni1, Muhammad Efendi2 (2017) minat mahasiswa dalam berwirausaha perguruan tinggi swasta di kabupaten Jember variabel lingkungan keluarga, pendidikan kewirausahaan, ekspektasi pendapatan, penggunaan media sosial dan pembelajaran soft skill memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat mahasiswa terhadap kewirausahaan Fakultas Ekonomi Perguruan Tinggi Swasta di Kabupaten Jember. Implikasinya adalah motivasi dan minat yang kuat mahasiswa dalam berwirausaha harus disambut oleh pengelola universitas dan berbagai institusi terkait agar dapat ditindaklanjuti melalui kebijakan terobosan untuk menumbuhkembangkan usaha mahasiswa.

Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan (X2) Terhadap Minat Berwirausaha (Y2)

Hasil penelitian pada hipotesis ketiga menunjukkan Pengetahuan Kewirausahaan (X2) berpengaruh positif tidak signifikan terhadap Minat Berwirausaha (Y2) dengan nilai koefisien (sample asli) sebesar 0.072, rata-rata sampel 0.088 dan standar deviasi sebesar 0.111 tidak signifikan pada level alpha dengan hasil T statistik 0.653 > dari 1,65 dan nilai P Value 0.514 > 0,01, sehingga dapat di simpulkan terdapat pengaruh positif tidak signifikan menunjukkan Pengetahuan Kewirausahaan (X2) Terhadap Minat Berwirausaha (Y2) maksudnya

adalah semakin baik/tinggi menunjukkan Pengetahuan Kewirausahaan (X2) maka Minat Berwirausaha (Y2) akan meningkat secara signifikan. berarti hipotesis menunjukkan Pengetahuan Kewirausahaan (X2) berpengaruh positif tidak signifikan terhadap Minat Berwirausaha (Y2) di terima.

Pentingnya penelitian ini untuk mengetahui menunjukkan Pengetahuan Kewirausahaan (X2) terhadap Minat Berwirausaha (Y2) mahasiswa/mahasiswi UNILAK di Pekanbaru yang di buktikan dengan hasil peneltian yaitu dengan data secara kuantitatif yaitu dengan menyebarkan angket kuesioner kepada mahasiswa/mahasiswi UNILAK yang di buktikan dengan hasil peneltian yaitu dengan data secara kuantitatif yaitu dengan menyebarkan angket kuesioner kepada responden yaitu mahasiswa/mahasiswi Universitas Lancang Kuning TA 2020/2021. Menurut Nurhalimah (2017) pengetahuan berwirausaha merupakan berpengaruh terhadap minat seseorang untuk berwirausaha. Seorang wirausahawan tidak akan berhasil apabila tidak memiliki pengetahuan, kemampuan dan kemauan. Ada kemauan tapi tanpa kemampuan dan pengetahuan tidak akan membuat wirausahawan itu menjadi sukses, sebaliknya memiliki pengetahuan dan kemampuan tanpa didasari oleh kemauan yang kuat tidak akan mengantarkan wirausaha itu juga pada kesuksesan. Pengetahuan kewirausahaan merupakan kemampuan yang dimiliki seseorang untuk menciptakan peluang berwirausaha, maka dengan hasil yang di dapat adalah pengaruh positif tidak signifikan Pengetahuan Kewirausahaan (X2) terhadap minat mahasiswa UNILAK untuk berwirausaha, dapat juga di artikan Pengetahuan Kewirausahaan (X2) mempengaruhi secara tidak signifikan minat seorang mahasiswa/mahasiswi di UNILAK untuk berwirausaha.

Dari penelitian yang di lakukan secara langsung dan kuantitatif yaitu dengan menyebarkan angket kuesioner kepada responden dan juga untuk menjadi perbandingan dengan penelitian terdahulu

terutama penelitian dengan hasil yang positif terkait Pengetahuan Kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa/mahasiswi, dengan adanya penelitian ini bisa membuktikan pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan terhadap minat seseorang mahasiswa/mahasiswi dalam berwirausaha.

Penelitian ini berbeda dengan penelitian Muhammad Hasym Alfaruk, Pascasarjana Unesa (2016) dengan judul pengaruh pemanfaatan sosial media, motivasi dan pengetahuan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa ekonomi di universitas muhammadiyah sidoarjo menunjukkan bahwa secara persial pemanfaatan sosial media dan motivasi berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, sedangkan pengetahuan tidak memiliki pengaruh terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sidoarjo.

Di lihat dari hasil penelitian dan peneltian terdahulu maka terdapat perbedaan antara hasil penelitian ini menandakan tidak semua penelitian tentang pengaruh pengetahuan kewirausaha terhadap minat berwirausaha mempunyai hasil yang sama setiap tempat.

Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan (X2) Terhadap Sosial Media (Y1)

Hasil penelitian pada hipotesis keempaat menunjukkan Pengetahuan Kewirausahaan (X2) berpengaruh positif tidak signifikan terhadap Sosial Media (Y1) dengan nilai koefisien (sample asli) sebesar 0.205, rata-rata sampel 0.212 dan standar deviasi sebesar 0.081 tidak signifikan pada level alpha dengan hasil T statistik $2.515 >$ dari 1,65 dan nilai P Value $0.012 > 0,01$, sehingga dapat di simpulkan terdapat pengaruh positif tidak signifikan menunjukkan Pengetahuan Kewirausahaan (X2) Terhadap Sosial Media (Y1) maksudnya adalah semakin baik/tinggi menunjukkan Pengetahuan Kewirausahaan (X2) maka Sosial Media (Y1) akan

meningkat secara tidak signifikan. berarti hipotesis menunjukkan Pengetahuan Kewirausahaan (X2) berpengaruh positif tidak signifikan terhadap Sosial Media (Y1) di terima.

Pentingnya penelitian ini untuk mengetahui menunjukkan Pengetahuan Kewirausahaan (X2) terhadap Sosial Media (Y1) mahasiswa/mahasiswi UNILAK di Pekanbaru yang di buktikan dengan hasil penelitian yaitu dengan data secara kuantitatif yaitu dengan menyebarkan angket kuesioner kepada mahasiswa/mahasiswi UNILAK yang di buktikan dengan hasil penelitian yaitu dengan data secara kuantitatif yaitu dengan menyebarkan angket kuesioner kepada responden yaitu mahasiswa/mahasiswi Universitas Lancang Kuning TA 2020/2021. Menurut Nurhalimah (2017) pengetahuan berwirausaha merupakan berpengaruh terhadap minat seseorang untuk berwirausaha. Seorang wirausahawan tidak akan berhasil apabila tidak memiliki pengetahuan, kemampuan dan kemauan. Ada kemauan tapi tanpa kemampuan dan pengetahuan tidak akan membuat wirausahawan itu menjadi sukses, sebaliknya memiliki pengetahuan dan kemampuan tanpa didasari oleh kemauan yang kuat tidak akan mengantarkan wirausaha itu juga pada kesuksesan. Pengetahuan kewirausahaan merupakan kemampuan yang dimiliki seseorang untuk menciptakan peluang berwirausaha, Rahayu dan Siti Laela (2018), menjelaskan media sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain, maka dengan hasil yang di dapat adalah pengaruh positif tidak signifikan Pengetahuan Kewirausahaan (X2) terhadap Sosial Media UNILAK untuk berwirausaha, dapat juga di artikan Pengetahuan Kewirausahaan (X2) mempengaruhi secara tidak signifikan Sosial Media mahasiswa/mahasiswi di UNILAK untuk berwirausaha.

Dari penelitian yang di lakukan secara langsung dan kuantitatif yaitu dengan

menyebarkan angket kuesioner kepada responden dan juga untuk menjadi perbandingan dengan penelitian terdahulu terutama penelitian dengan hasil yang positif terkait Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Sosial Media mahasiswa/mahasiswi, dengan adanya penelitian ini bisa membuktikan pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Sosial Media mahasiswa/mahasiswi dalam berwirausaha.

Tidak adanya di temukan variabel yang sama dengan penelitian sebelumnya maka penelitian ini bisa menjadi referensi baru untuk penelitian selanjutnya terkait dengan pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap sosial media pada mahasiswa/mahasiswi.

Pengaruh Sosial Media (Y1) Terhadap Minat Berwirausaha (Y2)

Hasil penelitian pada hipotesis kelima menunjukkan Sosial Media (Y1) berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Berwirausaha (Y2) dengan nilai koefisien (sample asli) sebesar 0.342, rata-rata sampel 0.332 dan standar deviasi sebesar 0.105 signifikan pada level alpha 5% dengan hasil T statistik $3.251 >$ dari 1,65 dan nilai P Value $0.001 <$ 0,05, sehingga dapat di simpulkan terdapat pengaruh positif signifikan menunjukkan Sosial Media (Y1) Terhadap Minat Berwirausaha (Y2) maksudnya adalah semakin baik/tinggi menunjukkan Sosial Media (Y1) maka Minat Berwirausaha (Y2) akan meningkat secara signifikan. berarti hipotesis menunjukkan Sosial Media (Y1) berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Berwirausaha (Y2) di terima.

Pentingnya penelitian ini untuk mengetahui menunjukkan Sosial Media (Y1) terhadap Minat Berwirausaha (Y2) mahasiswa/mahasiswi UNILAK di Pekanbaru yang di buktikan dengan hasil penelitian yaitu dengan data secara kuantitatif yaitu dengan menyebarkan angket kuesioner kepada mahasiswa/mahasiswi UNILAK yang di buktikan dengan hasil penelitian yaitu

dengan data secara kuantitatif yaitu dengan menyebarkan angket kuesioner kepada responden yaitu mahasiswa/mahasiswi Universitas Lancang Kuning TA 2020/2021. Rahayu dan Siti Laela (2018), menjelaskan media sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain, maka dengan hasil yang di dapat adalah pengaruh positif signifikan Sosial Media (Y1) terhadap Minat Berwirausaha (Y2), dapat juga di artikan Sosial Media (Y1) mempengaruhi secara signifikan Minat Berwirausaha (Y2) mahasiswa/mahasiswi di UNILAK untuk berwirausaha.

Dari penelitian yang di lakukan secara langsung dan kuantitatif yaitu dengan menyebarkan angket kuesioner kepada responden dan juga untuk menjadi perbandingan dengan penelitian terdahulu terutama penelitian dengan hasil yang positif terkait Sosial Media terhadap Minat Berwirausaha mahasiswa/mahasiswi, dengan adanya penelitian ini bisa membuktikan pengaruh Sosial Media terhadap Minat Berwirausaha mahasiswa/mahasiswi dalam berwirausaha.

Penelitian ini sama dengan penelitian Muhammad Hasym Alfaruk, Pascasarjana Unesa (2016) dengan judul pengaruh pemanfaatan sosial media, motivasi dan pengetahuan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa ekonomi di universitas muhammadiyah sidoarjo menunjukkan bahwa secara persial pemanfaatan sosial media dan motivasi berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, sedangkan pengetahuan tidak memiliki pengaruh terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sidoarjo.

Dari pengertian yang kemukakan para ahli dan dari penelitian terdahulu maka dapat di simpulkan bahwa sosial media mempunyai pengaruh yang positif terhadap minat seseorang dalam berwirausaha, dan juga

penelitian penelitian ini sebagai tambahan memperkuat anggapan positif terhadap penelitian terdahulu terkait pengaruh media sosial terhadap minat berusaha dan sebagai landasan untuk penelitian selanjutnya terhadap judul dan variabel yang sama.

Pengaruh Lingkungan Keluarga (X1) melalui sosial media terhadap Minat Berwirausaha (Y2)

Hasil penelitian pada hipotesis keenam menunjukkan Lingkungan Keluarga (X1) melalui sosial media berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Berwirausaha (Y2) dengan nilai koefisien (sample asli) sebesar 0.193, rata-rata sampel 0.189 dan standar deviasi sebesar 0.065 signifikan pada level alpha 5% dengan hasil T statistik 2.990 > dari 1,65 dan nilai P Value 0.003 < 0,05, sehingga dapat di simpulkan terdapat pengaruh positif signifikan menunjukkan Lingkungan Keluarga (X1) melalui sosial media Terhadap Minat Berwirausaha (Y2) maksudnya adalah semakin baik/tinggi Lingkungan Keluarga (X1) melalui sosial media maka Minat Berwirausaha (Y2) akan meningkat secara signifikan. berarti hipotesis keenam menunjukkan Lingkungan Keluarga (X1) melalui sosial media berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Berwirausaha (Y2) di terima.

Pentingnya penelitian ini untuk mengetahui menunjukkan Lingkungan Keluarga (X1) melalui sosial media terhadap Minat Berwirausaha (Y2) mahasiswa/mahasiswi UNILAK di Pekanbaru yang di buktikan dengan hasil peneltian yaitu dengan data secara kuantitatif yaitu dengan menyebarkan angket kuesioner kepada mahasiswa/mahasiswi UNILAK yang di buktikan dengan hasil peneltian yaitu dengan data secara kuantitatif yaitu dengan menyebarkan angket kuesioner kepada responden yaitu mahasiswa/mahasiswi Universitas Lancang Kuning TA 2020/2021. Menurut Wibowo (2011) lingkungan sosial merupakan lingkungan masyarakat dimana terjadi interaksi antara

individu satu dengan yang lain, individu dengan kelompok, atau kelompok. Berkaitan dengan lingkungan keluarga, maka peran keluarga sangat penting dalam menumbuhkan minat anak. Orang tua merupakan pendidik pertama dan sebagai tumpuan dalam bimbingan kasih sayang yang utama. Maka orang tua lah yang banyak memberikan pengaruh dan warna kepribadian terhadap seorang anak. Dengan demikian mengingat pentingnya pendidikan di lingkungan keluarga, maka pengaruh di lingkungan keluarga terhadap anak dapat mempengaruhi apa yang diminati oleh anak (Wibowo, 2011), Rahayu dan Siti Laela (2018), menjelaskan media sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain, dan menurut suryaman (2006:22) minat berwirausaha adalah kemampuan untuk memberanikan diri dalam memenuhi kebutuhan hidup serta memecahkan permasalahan hidup, memajukan usaha atau menciptakan usaha baru dengan kekuatan yang ada pada diri sendiri. Maka dengan hasil yang di dapat adalah pengaruh positif signifikan Lingkungan Keluarga (X1) melalui sosial media terhadap Minat Berwirausaha (Y2), dapat juga di artikan Lingkungan Keluarga (X1) melalui sosial media terhadap Minat Berwirausaha (Y2) mempengaruhi secara signifikan Minat Berwirausaha (Y2) mahasiswa/mahasiswi di UNILAK untuk berwirausaha.

Dari penelitian yang di lakukan secara langsung dan kuantitatif yaitu dengan menyebarkan angket kuesioner kepada responden dan juga untuk menjadi perbandingan dengan penelitian terdahulu terutama penelitian dengan hasil yang positif terkait Lingkungan Keluarga melalui sosial media terhadap Minat Berwirausaha terhadap Minat Berwirausaha mahasiswa/mahasiswi, dengan adanya penelitian ini bisa membuktikan pengaruh Lingkungan Keluarga melalui sosial media terhadap Minat Berwirausaha terhadap

mahasiswa/mahasiswi dalam berwirausaha.

Karena tidak adanya penulis temukan penelitian yang sama dengan ini terkait Lingkungan Keluarga melalui sosial media terhadap Minat Berwirausaha terhadap mahasiswa/mahasiswi dalam berwirausaha maka penelitian ini sebagai landasan untuk penelitian selanjutnya terhadap judul dan variabel yang sama.

Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan (X2) melalui sosial media terhadap Minat Berwirausaha (Y2)

Hasil penelitian pada hipotesis ketujuh menunjukkan Pengetahuan Kewirausahaan (X2) melalui sosial berpengaruh positif terhadap Minat Berwirausaha (Y2) dengan nilai koefisien (sampel asli) sebesar 0.070, rata-rata sampel 0.071 dan standar deviasi sebesar 0.038 tidak signifikan pada level alpha dengan hasil T statistik $1.835 >$ dari 1,65 dan nilai P Value $0.067 <$ 0,000, sehingga dapat di simpulkan terdapat pengaruh positif tidak signifikan, menunjukkan Pengetahuan Kewirausahaan (X2) melalui sosial Terhadap Minat Berwirausaha (Y2), maksudnya adalah semakin baik/tinggi Pengetahuan Kewirausahaan (X2) melalui sosial maka Minat Berwirausaha (Y2) akan meningkat secara signifikan. berarti hipotesis keenam menunjukkan Pengetahuan Kewirausahaan (X2) melalui sosial berpengaruh positif tidak signifikan terhadap Minat Berwirausaha (Y2) di terima.

Pentingnya penelitian ini untuk mengetahui menunjukkan Pengetahuan Kewirausahaan (X2) melalui sosial terhadap Minat Berwirausaha (Y2) mahasiswa/mahasiswi UNILAK di Pekanbaru yang di buktikan dengan hasil penelitian yaitu dengan data secara kuantitatif yaitu dengan menyebarkan angket kuesioner kepada mahasiswa/mahasiswi UNILAK yang di buktikan dengan hasil penelitian yaitu dengan data secara kuantitatif yaitu dengan menyebarkan angket kuesioner kepada responden yaitu mahasiswa/mahasiswi

Universitas Lancang Kuning TA 2020/2021. Menurut Nurhalimah (2017). Pengetahuan berwirausaha merupakan berpengaruh terhadap minat seseorang untuk berwirausaha. Seorang wirausahawan tidak akan berhasil apabila tidak memiliki pengetahuan, kemampuan dan kemauan. Ada kemauan tapi tanpa kemampuan dan pengetahuan tidak akan membuat wirausahawan itu menjadi sukses, sebaliknya memiliki pengetahuan dan kemampuan tanpa didasari oleh kemauan yang kuat tidak akan mengantarkan wirausaha itu juga pada kesuksesan. Pengetahuan kewirausahaan merupakan kemampuan yang dimiliki seseorang untuk menciptakan peluang berwirausaha, dan menurut Rahayu dan Siti Laela (2018), menjelaskan media sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain, dan menurut suryaman (2006:22) minat berwirausaha adalah kemampuan untuk memberanikan diri dalam memenuhi kebutuhan hidup serta memecahkan permasalahan hidup, memajukan usaha atau menciptakan usaha baru dengan kekuatan yang ada pada diri sendiri. Maka dengan hasil yang di dapat adalah pengaruh positif tidak signifikan Pengetahuan Kewirausahaan (X2) melalui sosial terhadap Minat Berwirausaha (Y2), dapat juga di artikan Pengetahuan Kewirausahaan (X2) melalui sosial mempengaruhi secara tidak signifikan Minat Berwirausaha (Y2) mahasiswa/mahasiswi di UNILAK untuk berwirausaha.

Dari penelitian yang di lakukan secara lansung dan kuantitatif yaitu dengan menyebarkan angket kuesioner kepada responden dan juga untuk menjadi perbandingan dengan penelitian terdahulu terutama penelitian dengan hasil yang positif terkait Pengetahuan Kewirausahaan melalui sosial terhadap Minat Berwirausaha mahasiswa/mahasiswi, dengan adanya penelitian ini bisa membuktikan pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan melalui sosial

terhadap Minat Berwirausaha mahasiswa/mahasiswi dalam berwirausaha.

Karena tidak adanya penulis temukan penelitian yang sama dengan ini terkait pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan melalui sosial terhadap Minat Berwirausaha mahasiswa/mahasiswi dalam berwirausaha, maka penelitian ini sebagai landasan untuk penelitian selanjutnya terhadap judul dan variabel yang sama

SIMPULAN

Dari hasil penelitian yang telah dipaparkan pada bagian sebelumnya, pada bagian ini peneliti bermaksud untuk membuat kesimpulan sehubungan dengan penelitian yang telah dilakukan, sebagai berikut:

1. Lingkungan keluarga berpengaruh positif signifikan terhadap terhadap minat berwirausaha maksudnya adalah semakin baik/tinggi variabel lingkungan keluarga maka variabel minat berwirausaha akan meningkat secara tidak signifikan.
2. Lingkungan keluarga berpengaruh positif signifikan terhadap sosial media, sehingga dapat di simpulkan terdapat pengaruh positif signifikan lingkungan keluarga terhadap sosial media, maksudnya adalah semakin baik/tinggi variabel lingkungan keluarga maka variabel sosial media akan meningkat.
3. Pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap minat berwirausaha, sehingga di simpulkan terdapat pengaruh positif tidak signifikan variabel pengetahuan kewirausahaan terhadap variabel minat berwirausaha.
4. Pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif terhadap sosial media sehingga dapat di simpulkan terdapat pengaruh positif variabel pengetahuan kewirausahaan terhadap variabel sosial media.
5. Sosial media berpengaruh positif signifikan terhadap minat berwirausaha

sehingga dapat di simpulkan terdapat pengaruh positif signifikan variabel sosial media terhadap variabel minat berwirausaha.

6. Lingkungan Keluarga melalui sosial media berpengaruh positif terhadap Minat Berwirausaha sehingga dapat di simpulkan terdapat pengaruh positif signifikan variabel Lingkungan Keluarga melalui sosial media terhadap Minat Berwirausaha.
7. Pengetahuan Kewirausahaan melalui sosial media berpengaruh positif terhadap Minat Berwirausaha sehingga dapat di simpulkan terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan Pengetahuan Kewirausahaan melalui sosial media terhadap Minat Berwirausaha.

Wulandari, A., Rehulina M. (2013). Hubungan Lima Faktor Kepribadian (the big five personality) Dengan Makna Hidup Pada Orang Dengan Human Immunodeficiency Virus. *Jurnal Psikologi Klinis dan Kesehatan Mental* volume 2 No. 1. Surabaya : Universitas Airlangga Surabaya.

DAFTAR RUJUKAN

- As'ad H. Abu Rumman dan Anas Y. Alhadid, 2014, "The Impact of Social Media Marketing on Brand Equity: An Empirical Study on Mobile Service Provider in Jordan" Science Private University, Amman, Jordan. *Rev. Integr. Bus. Econ. Res* Vol 3.
- Peterson, S.J and Lee, S.M. 2000. "Culture, Entrepreneur Orientation, and Global Competitiveness". *Journal of Worls Business*. Vol. 35 (4), p: 45
- Rulli Nasrullah, 2016, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, Sositologi, Cet.kedua*, Simbiosia Rekatama Media, Bandung
- Saiman, Leonardus. (2009). *Kewirausahaan Teori, Praktik, dan Kasus-kasus*. Jakarta: Salemba Empat.
- Suryana. 2014. *Kewirausahaan, Edisi IV*. Jakarta: Salemba Empat.
- Wibowo, A. (2011). *Pendidikan Kewirusahaan*. Jakarta: Pustaka Belajar.