

Pengaruh literasi digital, media sosial dan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa akuntansi Universitas Muhammadiyah Riau

Sarahana Filia¹, Siti Rodiah², Siti Samsiah³

Email: ¹sarahanafilia@gmail.com, ²sitirodiah@umri.ac.id, ³sitisamsiah@umri.ac.id

¹ Universitas Muhammadiyah Riau Fakultas Ekonomi dan Bisnis

² Universitas Muhammadiyah Riau Fakultas Ekonomi dan Bisnis

³ Universitas Muhammadiyah Riau Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Diterima: 20 April 2024 | Direvisi: 29 April 2024 | Disetujui: 30 April 2024

©2020 Program Studi Teknik Informatika Fakultas Ilmu Komputer,
Universitas Muhammadiyah Riau, Indonesia

Abstrak

Berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala Inkubator FEB UMRI, Ibu Dian Puji Puspita Sari, SE., M. Ak, terungkap bahwa minat mahasiswa Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Muhammadiyah Riau (UMRI) dalam berwirausaha masih sangat kurang. Hanya sekitar 50 dari jumlah keseluruhan mahasiswa Akuntansi FEB UMRI yang memiliki usaha sendiri, angka yang tergolong rendah. Hal ini menunjukkan perlunya peningkatan kesadaran akan pentingnya kewirausahaan di kalangan mahasiswa, tidak hanya sebagai bekal untuk dunia kerja, tetapi juga sebagai potensi untuk menciptakan lapangan pekerjaan. Untuk menggali lebih dalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat berwirausaha mahasiswa, dilakukanlah penelitian dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh literasi digital, media sosial, dan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas Muhammadiyah Riau. Penelitian ini melibatkan 83 mahasiswa yang mengambil mata kuliah kewirausahaan. Metode analisis data yang digunakan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, dan regresi linier berganda, serta uji t dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi digital, media sosial, dan pengetahuan kewirausahaan memiliki pengaruh secara parsial terhadap minat berwirausaha mahasiswa Akuntansi UMRI. Penelitian ini memberikan kontribusi dalam memahami faktor-faktor yang memengaruhi minat berwirausaha di kalangan mahasiswa Akuntansi, serta memberikan dasar bagi pengembangan program atau kebijakan yang lebih efektif untuk meningkatkan minat berwirausaha di masa mendatang. **Kata kunci:** literasi digital, media sosial, pengetahuan kewirausahaan, minat berwirausaha.

The influence of digital literacy, social media and entrepreneurial knowledge on the entrepreneurial interest of accounting students at Muhammadiyah University of Riau

Abstract

Based on the interview with Mrs. Dian Puji Puspita Sari, SE., M. Ak, the Head of Incubator at the Faculty of Economics and Business (FEB) of Muhammadiyah University of Riau (UMRI), it is revealed that the interest of Accounting students in entrepreneurship is still very low. Only about 50 out of the total number of Accounting students at FEB UMRI have their own businesses, which is considered low. This indicates the need to increase awareness of the importance of entrepreneurship among students, not only as preparation for the job market but also as a potential for job creation. To delve deeper into the factors influencing students' entrepreneurial interest, a study was conducted with the aim of determining the influence of digital literacy, social media, and entrepreneurship knowledge on the entrepreneurial interest of Accounting students at the Muhammadiyah University of Riau. This research involved 83 students taking entrepreneurship courses. The data analysis methods used included validity testing, reliability testing, classical assumption testing, multiple linear regression, t-tests, and coefficient of determination. The results of the study indicate that digital literacy, social media, and entrepreneurship knowledge have a partial influence on the entrepreneurial interest of UMRI Accounting students. This research contributes to understanding the factors influencing entrepreneurial interest among Accounting students and provides a basis for the development of more effective programs or policies to enhance entrepreneurial interest in the future.

Keywords: digital literacy, social media, entrepreneurship knowledge, entrepreneurial interest

1. PENDAHULUAN

Akuntan adalah para ahli di bidang akuntansi yang bertanggung jawab untuk menyusun, membimbing, mengawasi, memeriksa, dan menyempurnakan pembukuan serta penatausahaan perusahaan atau instansi pemerintah. Profesi akuntan seringkali dianggap sebagai pilihan karir yang menjanjikan, sehingga banyak mahasiswa yang tertarik untuk memilih jurusan akuntansi di perguruan tinggi dan menekuni profesi sebagai akuntan. Menurut data dari Ikatan Akuntan Indonesia (IAI), terjadi peningkatan jumlah mahasiswa jurusan Akuntansi dalam 20 tahun terakhir, dimana sekitar 60% mahasiswa Fakultas Ekonomi berasal dari jurusan Akuntansi (jurnalpost.com). Namun, dalam beberapa tahun terakhir, media sering mengangkat informasi mengenai profesi dan pekerjaan yang semakin minim peran manusia, karena industri saat ini membutuhkan sumber daya manusia yang terampil dalam pemanfaatan teknologi digital. Seorang akuntan harus mampu melihat peluang yang ada sekaligus meningkatkan keterampilan teknologi, baik soft skill maupun hard skill. Hal ini dapat dilakukan melalui pendidikan, pelatihan, dan pengembangan di bidang akuntansi, auditing, teknologi informasi, serta keterampilan lain yang mendukung profesi akuntan. Jika akuntan tidak mampu mengikuti perkembangan teknologi, maka ia berisiko tergantikan oleh teknologi itu sendiri atau terpaksa harus beralih ke bidang pekerjaan atau industri lain. Selain keterampilan dalam teknologi, mahasiswa akuntansi juga perlu memiliki keterampilan berwirausaha. Dengan pengetahuan akuntansi yang dimiliki, mahasiswa dapat menjelajahi profesi yang lebih luas, seperti menjadi pengusaha dan berwirausaha.

Literasi digital merupakan kemampuan seseorang untuk membaca dan menafsirkan informasi dan data didunia digital secara efektif dan efisien dalam berbagai konteks. Generasi milenial saat ini merupakan generasi yang melek digital, mereka mampu mencari dan mengelola informasi digital dan menginterpretasikannya. Hal ini tentunya mendorong peningkatan segala bidang yang dapat menciptakan peluang usaha. Penelitian Jerni, dkk (2021), Putri & Jayatri (2021) serta penelitian Kusumaningrum dan Kusnendi (2022) menyatakan bahwa literasi digital berpengaruh terhadap minat mahasiswa untuk berwirausaha. Sedangkan penelitian Hidayati (2022) dan penelitian Apidana (2022) menyatakan bahwa literasi digital tidak memiliki pengaruh terhadap minat mahasiswa berwirausaha.

Media sosial semakin diakui dalam meningkatkan kinerja bisnis, melalui jejaring sosial akan lebih mudah memasarkan produk di mana produsen bisa menemukan kebiasaan konsumen. Calon wirausahawan pun dapat memanfaatkan media sosial untuk menggali potensi bisnis. Dalam penelitian Rahayu & Sulistyowati (2022) menyatakan media sosial berpengaruh terhadap minat wirausaha mahasiswa. Penelitian Nurrahman (2021) menyebutkan media sosial (Instagram) berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa. Sedangkan penelitian Jumadi & Mustofa (2022) menyatakan bahwa media sosial tidak berpengaruh terhadap minat bisnis atau wirausaha. Begitu juga dengan penelitian prasetio (2020) menunjukkan penggunaan media sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha.

Pendidikan kewirausahaan yang diberikan di perguruan tinggi bukan tentang landasan teoritis dari konsep kewirausahawan saja, akan tetapi juga mengarahkan untuk bersikap, berperilaku, dan memiliki pola pikir dari wirausahawan (Dewi & Susanti, 2021). Penelitian Suryadi & Samuel (2022) menunjukkan bahwa pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Sama halnya dengan penelitian Rahayu & Sulistyowati (2022) bahwa pengetahuan kewirausahaan berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Sebaliknya, penelitian Nurrahman (2021) menunjukkan bahwa pengetahuan kewirausahaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Mengamati fenomena tersebut, peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian lebih lanjut dengan judul "Pengaruh Literasi Digital, Media Sosial, dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Akuntansi Universitas Muhammadiyah Riau".

2. METODE PENELITIAN

2.1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Universitas Muhammadiyah Riau, berlokasi di Jl. Tuanku Tambusai, kota Pekanbaru, provinsi Riau.

2.2. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif dan analisis verifikatif. Hal ini karena penelitian bertujuan untuk menggambarkan secara terstruktur dan faktual hubungan antara variabel yang diteliti.

2.3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data di penelitian ini menggunakan metode survey dengan memberikan angket kepada responden yang menjadi target penelitian.

2.4. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa akuntansi angkatan 2020 – 2018 yang telah mengambil mata kuliah kewirausahaan di Universitas Muhammadiyah Riau yaitu sebanyak 83 orang. Berdasarkan populasi pada penelitian ini tidak lebih besar dari 100 orang, maka penulis mengambil jumlah populasi seluruh anggota dari populasi yaitu sebanyak 83 orang.

2.5. Pengukuran Variabel

Variabel Independen

1. Literasi Digital
2. Media Sosial
3. Pengetahuan Kewirausahaan

Variabel Dependen

1. Minat Berwirausaha

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Responden Penelitian

Responden dalam penelitian ini yang akan dianalisis meliputi Angkatan, jenis kelamin dan sudah belajar mata kuliah kewirausahaan yang merupakan mahasiswa akuntansi angkatan 2020 – 2018 yang telah mengambil mata kuliah kewirausahaan di Universitas Muhammadiyah Riau yaitu sebanyak 83 orang.

Tabel 1. Karakteristik Responden

No.	Kriteria	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Angkatan			
1	2018	20	24.10
2	2019	35	42.17
3	2020	28	33,73
Sudah Belajar Mata Kuliah Kewirausahaan			
1	Laki-Laki	10	12.05
2	Perempuan	73	87.95
Sudah Belajar Mata Kuliah Kewirausahaan			
1	Sudah	83	100
2	Belum	0	0

3.2. Uji Analisis Deskriptif

Tabel 2. Hasil Uji Analisis Deskriptif

	<i>N</i>	<i>Minimum</i>	<i>Maximum</i>	<i>Mean</i>	<i>Std. Deviation</i>
Literasi Digital	83	21	44	30,20	5,948
Media Sosial	83	22	44	28,45	4,720
Pengetahuan Kewirausahaan	83	16	38	23,66	4,399
Minat Berwirausaha	83	22	43	29,20	4,975
Valid N (listwise)	83				

Tabel di atas menunjukkan bahwa Literasi Digital (X1) memiliki nilai mean lebih besar dari nilai standar deviasi sehingga penyimpangan data yang terjadi rendah maka penyebaran nilainya merata. Media Sosial (X2), memiliki nilai mean lebih besar dari nilai standar deviasi sehingga penyimpangan data yang terjadi rendah maka penyebaran nilainya merata dan Pengetahuan Berwirausaha (X3), memiliki nilai mean lebih besar dari nilai standar deviasi sehingga penyimpangan data yang terjadi rendah maka penyebaran nilainya merata.

3.3. Uji Kualitas Data

Berikut ini merupakan Uji Validitas dari penelitian yang telah dilakukan:

Tabel 3. Hasil Uji Validitas

<i>Variabel</i>	<i>Item Kuesioner</i>	<i>r hitung</i>	<i>r tabel</i>	<i>Kesimpulan</i>
Literasi Digital	X1.1	0,523	0,2159	Valid
	X1.2	0,493	0,2159	Valid
	X1.3	0,494	0,2159	Valid
	X1.4	0,555	0,2159	Valid
	X1.5	0,521	0,2159	Valid

<i>Variabel</i>	<i>Item Kuesioner</i>	<i>r hitung</i>	<i>r tabel</i>	<i>Kesimpulan</i>
	X1.6	0,715	0,2159	Valid
	X1.7	0,561	0,2159	Valid
	X1.8	0,349	0,2159	Valid
	X1.9	0,654	0,2159	Valid
Media Sosial	X2.1	0,305	0,2159	Valid
	X2.2	0,456	0,2159	Valid
	X2.3	0,387	0,2159	Valid
	X2.4	0,556	0,2159	Valid
	X2.5	0,545	0,2159	Valid
	X2.6	0,433	0,2159	Valid
	X2.7	0,504	0,2159	Valid
	X2.8	0,549	0,2159	Valid
	X2.9	0,480	0,2159	Valid
Pengetahuan Kewirausahaan	X3.1	0,433	0,2159	Valid
	X3.2	0,560	0,2159	Valid
	X3.3	0,507	0,2159	Valid
	X3.4	0,518	0,2159	Valid
	X3.5	0,608	0,2159	Valid
	X3.6	0,415	0,2159	Valid
	X3.7	0,260	0,2159	Valid
	X3.8	0,539	0,2159	Valid
Minat Berwirausaha	Y.1	0,487	0,2159	Valid
	Y.2	0,394	0,2159	Valid
	Y.3	0,554	0,2159	Valid
	Y.4	0,533	0,2159	Valid
	Y.5	0,411	0,2159	Valid
	Y.6	0,535	0,2159	Valid
	Y.7	0,508	0,2159	Valid
	Y.8	0,438	0,2159	Valid
	Y.9	0,553	0,2159	Valid
	Y.10	0,485	0,2159	Valid

Berdasarkan di atas terlihat bahwa semua item pada kuesioner untuk semua variabel yaitu variabel Literasi Digital (X1), Media Sosial (X2), Pengetahuan Kewirausahaan (X3) dan Minat Berwirausaha (Y) menunjukkan semua item kuesioner untuk semua variabel dinyatakan valid.

3.4. Uji Reliabilitas

Berikut ini merupakan Uji Reliabilitas dari penelitian yang telah dilakukan:

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

<i>Variabel</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Batasan</i>	<i>Kesimpulan</i>
Literasi Digital (X1)	0,834	0,60	Reliabel
Media Sosial (X2)	0,783	0,60	Reliabel
Pengetahuan Kewirausahaan (X3)	0,778	0,60	Reliabel
Minat Berwirausaha (Y)	0,812	0,60	Reliabel

Berdasarkan tabel diatas, dari keempat variabel yaitu variabel Literasi Digital (X1), Media Sosial (X2), Pengetahuan Kewirausahaan (X3) dan Minat Berwirausaha (Y) dapat disimpulkan bahwa indikator atau kuesioner yang digunakan untuk masing-masing variabel dianggap reliabel atau dapat dipercaya sebagai alat ukur variabel.

3.5. Uji Asumsi Klasik

Berikut ini merupakan Uji Normalitas dari penelitian yang telah dilakukan:

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		83
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	3,90477556
Most Extreme Differences	Absolute	,072
	Positive	,072
	Negative	-,050
Test Statistic		,072
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200 lebihbesar dari 0,05 yang artinya data berdistribusi normal.

3.6. Uji Multikolinearitas

Tabel 6. Hasil Uji Multikolinearitas

Unstandardized Coefficients				Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	7,852	3,243		2,421	,018		
	Literasi Digital	,157	,076	,188	2,069	,042	,942	1,061
	Media Sosial	,286	,141	,271	2,031	,046	,438	2,285
	Pengetahuan Kewirausahaan	,358	,153	,317	2,337	,022	,425	2,352

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa seluruh variabel independen tidak terjadimultikolinearitas dan dimana model regresi yang baik adalah jika tidak terjadi Multikolinearitas.

3.7. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 7. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,116	,062		-1,870	,065
	Literasi Digital	,000	,001	,028	,269	,789
	Media Sosial	,008	,003	,444	,873	,465
	Pengetahuan Kewirausahaan	-,001	,003	-,044	-,282	,778

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa seluruh variabel independen tidak memiliki gejalamultikolinearitas karena nilai signifikan setiap variabel > dari pada 0,05.

3.8. Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 8. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7,852	3,243		2,421	,018
	Literasi Digital	,157	,076	,188	2,069	,042
	Media Sosial	,286	,141	,271	2,031	,046
	Pengetahuan Kewirausahaan	,358	,153	,317	2,337	,022

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

$$Y = 7,852 + 0,157 + 0,286 + 0,358$$

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa:

1. Nilai konstanta sebesar 7,852 yang artinya jika diasumsikan semua variabel independen bernilai nol maka nilai variabel Minat Berwirausaha bernilai positif sebesar 7,852.
2. Nilai variabel Literasi Digital (X1) sebesar 0,157 artinya jika diasumsikan variabel Media Sosial (X2) dan Pengetahuan Kewirausahaan (X3) bernilai konstan maka setiap peningkatan Literasi Digital sebanyak 1 satuan akan meningkatkan Minat Berwirausaha sebesar 0,157 dan memberikan pengaruh yang positif.
3. Nilai variabel Media Sosial (X2) sebesar 0,286 artinya jika diasumsikan variabel Literasi Digital (X1) dan Pengetahuan Kewirausahaan (X3) bernilai konstan maka setiap peningkatan Media Sosial sebanyak 1 satuan akan meningkatkan Minat Berwirausaha sebesar 0,286 dan memberikan pengaruh yang positif.
4. Nilai variabel Pengetahuan Kewirausahaan (X3) sebesar 0,358 artinya jika diasumsikan variabel Literasi Digital (X1) dan Media Sosial (X2) bernilai konstan maka setiap peningkatan Pengetahuan Kewirausahaan sebanyak 1 satuan akan meningkatkan Minat Berwirausaha sebesar 0,358 dan memberikan pengaruh yang positif.

3.9. Uji Hipotesis

Uji t

Tabel 9. Hasil Uji t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7,852	3,243		2,421	,018
	Literasi Digital	,157	,076	,188	2,069	,042
	Media Sosial	,286	,141	,271	2,031	,046
	Pengetahuan Kewirausahaan	,358	,153	,317	2,337	,022

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa seluruh variabel independen memiliki nilai t hitung $>$ dari pada t tabel sebesar 1,664 dan masing-masing nilai signifikansi $<$ dari pada taraf signifikan sebesar 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa masing-masing variabel memiliki pengaruh secara parsial dan signifikan terhadap minat berwirausaha (Y).

3.10. Uji Koefisien Determinasi

Tabel 10. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,620 ^a	,384	,361	3,978	,620 ^a

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa pengaruh variabel Literasi Digital (X1), variabel Media Sosial (X2) dan Pengetahuan Kewirausahaan (X3) terhadap variabel Minat Berwirausaha (Y) adalah sebesar 38,4% dan sisanya 61,6% dipengaruhi oleh variabel lain.

PEMBAHASAN

Dengan tingginya literasi digital yang dimiliki mahasiswa, maka akan memberikan minat mahasiswa tersebut untuk berwirausaha. Dijaman modern ini teknologi telah berkembang dan mempermudah mahasiswa untuk menjalankan sebuah usaha, sehingga literasi digital mahasiswa dapat meningkatkan rasa untuk membangun sebuah usaha. Hasil menunjukkan bahwa literasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Akuntansi Universitas Muhammadiyah Riau.

Media sosial menjadi peran penting dalam membangun sebuah usaha, sehingga pelaku usaha dipermudah dalam memasarkan produk yang mereka jual. Ketika mahasiswa mampu menggunakan media sosial dengan baik dan sesuai dengan tujuannya dalam berwirausaha maka minat berwirausaha mahasiswa tersebut akan meningkat. Hasil menunjukkan bahwa media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Akuntansi Universitas Muhammadiyah Riau.

Pengetahuan seseorang dalam kewirausahaan memberikan arah yang baik terhadap usaha yang mereka bangun, dimana pengetahuan tersebut dapat mempertimbangkan hal-hal yang akan terjadi di masa yang akan datang maupun memperbaiki suatu masalah dalam usaha supaya tidak terjadi hal-hal yang tidak diinginkan di kemudian hari. Pengetahuan mahasiswa dalam kewirausahaan juga dapat memberikan peningkatan terhadap minat mahasiswa tersebut dalam berwirausaha. Hasil menunjukkan bahwa pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Akuntansi Universitas Muhammadiyah Riau.

4. KESIMPULAN

Literasi digital memiliki pengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa Akuntansi Universitas Muhammadiyah Riau. Media Sosial memiliki pengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa Akuntansi Universitas Muhammadiyah Riau. Pengetahuan kewirausahaan memiliki pengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa Akuntansi Universitas Muhammadiyah Riau.

Saran yang dapat diberikan kepada penelitian selanjutnya dapat melanjutkan penelitian ini dengan mempertimbangkan variabel lainnya seperti pelatihan kewirausahaan, pengalaman berwirausaha dan lain-lainnya yang dapat mempengaruhi minat berwirausaha mahasiswa.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Aini, S. (2020). *Pengaruh Motivasi dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa*. IAIN Padang.
- [2] Anggraeni, D. O. (2021). *Pengaruh Antara Literasi Digital, Sikap Berwirausaha, Self Efficacy, Dan Lingkungan Terhadap Niat Berwirausaha Mahasiswa (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Surakarta Angkatan Tahun 2017)*. UIN Surakarta.
- [3] Apidana, Y. H. (2022). Pengaruh Literasi Digital, Internal Locus Of Control dan Dukungan Akademik Terhadap Niat Berwirausaha Mahasiswa Di Kabupaten Banyumas. *JIMMBA: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 4(5), 666–682.
- [4] Boyd, D. (2009). *Social Media Is Here To Stay... Now What? "Microsoft Research TechFest*. Redmond.
- [5] Ghazali, I. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Universitas Diponegoro Press.
- [6] Ghazali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan Ke VIII*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- [7] Ghazali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS. 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas.
- [8] Gunawan, I. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bumi Aksara.
- [9] Indraswati, I., Sinatriya, S. S., & Yasin, D. (2021). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Kualitas Hidup. *Jurnal Akuntansi*, 2(3).
- [10] Jaya, H., & Harti. (2021). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Dan Sikap Mandiri Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(3), 1363–1369.
- [11] Jumadi, R., & Mustofa, N. (2022). Pengaruh Media Sosial, Pendidikan Kewirausahaan, Ekspektasi Pendapatan Dan Religiusitas Terhadap Minat Bisnis. *Al Maal: Journal Of Islamic Economics And Banking*, 3(2), 115. <https://doi.org/10.31000/Almaal.V3i2.5270>
- [12] Khoiriyah, R., Sudarmo, S., & Setyowibowo, F. (2022). Pengaruh Literasi Digital, Efikasi Diri Dan Lingkungan Terhadap Intensi Berwirausaha E-Business Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Sebelas Maret. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 10(3), 181–193. <https://doi.org/10.26740/Jupe.V10n3.P181-193>
- [13] Kusumaningrum, A., Kusnendi, & Utama, D. . (2022). Peran Persepsi Kontrol Perilaku Dalam Memediasi Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Intensi Kewirausahaan Digital. *Jurnal Ideal*, 8(4), 1485–1494. <https://doi.org/10.32884/Ideas.V8i4.1053>
- [14] Mustofa, M. . (2014). *Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Self Efficacy, Dan Karakter Wirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Pada Siswa Kelas Xi Smk Negeri 1 Depok Kabupaten Sleman*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- [15] Nasrullah, N., Salam, R., Pratiwi, D., & Niswati, R. (2017). Motivasi Kerja Pegawai Di Kantor Kesyahbandaran Utama Makassar. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 18(2), 206.
- [16] Nasrullah, R. (2016). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, Sosioteknologi (Cet. Kedua)*. Simbiosis Rekatama Media.
- [17] Nurabiah, N., Pusparini, H., & Mariadi, Y. (2021). E-Commerce Dan Sistem Informasi Akuntansi Sebagai Faktor Pendorong Pengambilan Keputusan Mahasiswa Akuntansi Untuk Berwirausaha. *Jurnal Aplikasi Akuntansi*, 5(2), 238–253.
- [18] Prasetyo, T. (2020). Analisis Pengaruh Penggunaan Media Sosial, Motivasi Intrinsik, Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Sekretari & Administrasi*, 18(1), 35–46.
- [19] Purwanto. (2010). *Evaluasi Hasil Belajar*. Pustaka Pelajar.
- [20] Putri, D., & Jayatri, F. (2021). Pengaruh Penguasaan Literasi Digital Serta Mata Kuliah Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa STKIP PGRI Lumajang. *Jurnal Pendidikan Ekonomi UM Metro*, 9(2), 1–7.
- [21] Salmah, E., Fadliyanti, L., & Sriningsih, S. (2021). Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial Instagram Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Mataram. *Elastisitas - Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 3(2), 137–147. <https://doi.org/10.29303/E-Jep.V3i2.44>
- [22] Steven, P. (2020). Pengaruh Stres Kerja Dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Penelitian IPTEKS*, 5(1), 79.
- [23] Subandono, A. (2007). *Pengaruh Life Skill Diklat Kimia Produktif Dan Prestasi Belajar Diklat Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Siswa SMK Kimia Industri Theresiana Semarang*. Universitas Negeri Semarang.
- [24] Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.
- [25] Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (19th Ed.). CV Alfabeta. Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- [26] Suryadi, E., & Samuel, S. (2022). Analisis Pengetahuan Kewirausahaan Dan Motivasi Berwirausaha Dan Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Management. *Journal Of Accounting And Management*, 6(1), 67–83.
- [27] <https://122.200.2.179/Index.Php/JAMI/Article/View/528%0Ahttps://122.200.2.179/Index.Php/JAMI/Article/Viewfile/528/298>
- [28] Susanti, D., & Pebrianto, R. (2020). Pengaruh Motivasi Belajar Dan Kreativitas Belajar Terhadap Prestasi Belajar Siswa Pada Mata Pelajaran Pendidikan Agama Islam Di Madrasah Aliyah Negeri Se-Kota Pekanbaru. *POTENSIA: Jurnal Kependidikan Islam*, 5(3), 248–253.
- [29] Utami, S., & Sulistyowati, E. (2022). Pengaruh Inflasi, Pdb, Dan Nilai Perusahaan Selama Pandemi Covid-19 Terhadap Return Saham. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 11(2), 15–20.
- [30] Widiastuty, V. ., & Rahayu, T. S. . (2021). Pengaruh Sikap Mandiri, Lingkungan Keluarga, Motivasi, Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Pada Mahasiswa Di Perguruan Tinggi Purwokerto). *Researchgate Logo*, 2(2).