



**PENGARUH FAKTOR KEPERIBADIAN, KREATIVITAS,
TINGKAT PENDIDIKAN, LINGKUNGAN
KELUARGA DAN PENGGUNAAN
SOSIAL MEDIA TERHADAP
MINAT BERWIRAUSAHA
(Studi Kasus Pada Pedagang Makanan Online Di Kota Binjai)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Ujian
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Sosial Sains
Universitas Pembangunan Panca Budi

Oleh:

**TATAMI AGINTA BR SITEPU
NPM 1615310171**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS SOSIAL SAINS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI
MEDAN
2021**



**FAKULTAS SOSIAL SAINS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI
MEDAN**

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : TATAMI AGINTA BR SITEPU
NPM : 1615310171
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN
JENJANG : S1 (STRATA SATU)
JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Faktor Kepribadian, Kreativitas, Tingkat Pendidikan, Lingkungan Keluarga Dan Penggunaan Sosial Media (Studi Kasus Pada Pedagang Makanan Online Di Kota Binjai)

MEDAN, FEBRUARI 2021

KETUA PROGRAM STUDI

(RAMADHAN HARAHAP, SE.,S.Psi.,M.Si)

PEMBIMBING I

(RAHMAT HIDAYAT SE.,M.M)



DEKAN
(Dr. ONNY MEDALINE, SH.,M.Kn)

PEMBIMBING II

(EFRIZAL ADIL SE.,M.M)



**FAKULTAS SOSIAL SAINS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI
MEDAN**

**SKRIPSI DITERIMA DAN DISETUJUI OLEH PANITIA UJIAN SARJANA
PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS SOSIAL SAINS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI MEDAN**

PERSETUJUAN UJIAN

Nama : TATAMI AGINTA BR SITEPU
NPM : 1615310171
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN
JENJANG : S1 (STRATA SATU)
JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Faktor Kepribadian, Kreativitas, Tingkat Pendidikan, Lingkungan Keluarga Dan Penggunaan Sosial Media (Studi Kasus Pada Pedagang Makanan Online Di Kota Binjai)

MEDAN, APRIL 2021



(SAMRIN SE., MM)

ANGGOTA II

(EFRIZAL ADIL SE., MM)

ANGGOTA I

(RAHMAT HIDAYAT SE., MM)

ANGGOTA III

(CAHYO PRAMONO, SE., MM)

ANGGOTA IV

(RAMADHAN HARAHAHAP, SE., S.Psi., M.Si)

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : TATAMI AGINTA BR SITEPU

Tempat, Tanggal lahir: BINJAI, 16 DESEMBER 1998

NPM : 1615310171

Fakultas : SOSIAL SAINS

Program Studi : MANAJEMEN

Alamat : JL. SAUH NO.41 LK II, BANDAR SENEMBAH.

Dengan ini mengajukan permohonan untuk ujian sarjana lengkap pada Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi Medan. Sehubungan dengan hal tersebut, maka saya tidak akan lagi ujian perbaikan nilai dimasa yang akan datang.

Demikian surat pernyataan ini saya perbuat dengan sebenarnya, untuk dapat digunakan seperlunya.

Binjai, Februari 2021

Yang Membuat Pernyataan



(Tatami Aginta Br Sitepu)

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

NAMA : TATAMI AGINTA BR SITEPU

NPM : 1615310171

PROGRAM STUDI : MANAJEMEN

JENJANG : S1 (STRATA SATU)

JUDUL SKRIPSI : PENGARUH FAKTOR KEPRIBADIAN,
KREATIVITAS, TINGKAT PENDIDIKAN,
LINGKUNGAN KELUARGA DAN
PENGUNAAN SOSIAL MEDIA TERHADAP
MINAT BERWIRAUSAHA (Studi Kasus Pada Pedagang
Makanan Online Di Kota Binjai)

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan hasil karya orang lain (plagiat);
2. Memberikan izin hak bebas Royalti Non-Eksklusif kepada UNPAB untuk menyimpan, mengalih-media/formatkan, mengelola, mendistribusikan, dan mempublikasikan karya skripsinya melalui internet atau media lain bagi kepentingan akademis.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan saya bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai dengan aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Binjai, Februari 2021



Tatami Aginta Br Sitepu
1615310171



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI

FAKULTAS SOSIAL SAINS

Fax. 061-8458077 PO.BOX : 1099 MEDAN

PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN	(TERAKREDITASI)
PROGRAM STUDI MANAJEMEN	(TERAKREDITASI)
PROGRAM STUDI AKUNTANSI	(TERAKREDITASI)
PROGRAM STUDI ILMU HUKUM	(TERAKREDITASI)
PROGRAM STUDI PERPAJAKAN	(TERAKREDITASI)

PERMOHONAN JUDUL TESIS / SKRIPSI / TUGAS AKHIR*

yang bertanda tangan di bawah ini :

Lengkap : Tatami Aginta Br Sitepu
 Tanggal Lahir : binjai / 16 Desember 1998
 Nomor Pokok Mahasiswa : 1615310171
 Program Studi : Manajemen
 Jurusan : Manajemen UKM
 Kredit yang telah dicapai : 141 SKS, IPK 3.57
 Nomor : 082365267214

ini mengajukan judul sesuai bidang ilmu sebagai berikut :

Judul

Pengaruh Faktor Kepribadian, Kreativitas, Tingkat Pendidikan, Lingkungan Keluarga dan Penggunaan Sosial Media terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus pada Pedagang Makanan Online di Kota Binjai)

Disetujui Oleh Dosen Jika Ada Perubahan Judul

Tidak Perlu



Medan, 13 Januari 2020

Pemohon,

(Tatami Aginta Br Sitepu)

Tanggal :
 Disahkan oleh :
 Dekan
 (Dr. Surya Nita, S.H., M.Hum.)

Tanggal : 7 September 2020
 Disetujui oleh :
 Dosen Pembimbing I :
 (Rahmat Hidayat, SE., MM)

Tanggal :
 Disetujui oleh :
 Ka. Prodi Manajemen
 (Nurafriana Siregar, SE., M.Si.)

Tanggal : 13 Januari 2020
 Disetujui oleh :
 Dosen Pembimbing II :
 (Efrizal Adil, SE., MM)

Dokumen: FM-UPBM-18-02

Revisi: 0

Tgl. Eff: 22 Oktober 2018

Handwritten signature/initials in the top left corner.



**PENGARUH FAKTOR KEPERIBADIAN, KREATIVITAS, TINGKAT
PENDIDIKAN, LINGKUNGAN KELUARGA DAN
PENGUNAAN SOSIAL MEDIA TERHADAP
MINAT BERWIRUSAHA
(Studi Kasus Pada Pedagang Makanan Online Di Kota Binjai)**

SKRIPSI

Memenuhi Diajukan Untuk Persyaratan Ujian
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Sosial Sains
Universitas Pembangunan Panca Budi

Oleh:

Acc SIMANG MEJA KIJAN
16/2/21
Tatami Aginta Br Sitepu
PO II

**Tatami Aginta Br Sitepu
NPM 1615310171**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS SOSIAL SAINS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI
MEDAN
2020**



ACC
jilid lux
rangkas -

II
PB I

**PENGARUH FAKTOR KEPERIBADIAN, KREATIVITAS,
TINGKAT PENDIDIKAN, LINGKUNGAN
KELUARGA DAN PENGGUNAAN
SOSIAL MEDIA TERHADAP
MINAT BERWIRAUSAHA
(Studi Kasus Pada Pedagang Makanan Online Di Kota Binjai)**

SKRIPSI

ACC jilid lux 11/6.21.

9/

PB II.

[Handwritten signature]

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Ujian
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Sosial Sains
Universitas Pembangunan Panca Budi

Oleh:

**TATAMI AGINTA BR SITEPU
NPM 1615310171**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS SOSIAL SAINS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI
MEDAN
2021**



YAYASAN PROF. DR. H. KADIRUN YAHYA
PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI
Jl. Jend. Gatot Subroto KM. 4,5 Medan Sunggal, Kota Medan Kode Pos 20122

SURAT BEBAS PUSTAKA
NOMOR: 3774/PERP/BP/2021

Perpustakaan Universitas Pembangunan Panca Budi menerangkan bahwa berdasarkan data pengguna perpustakaan saudara/i:

: Tatami Aginta Br Sitepu
: 1615310171
Semester : Akhir
: SOSIAL SAINS
Studi : Manajemen

sejak terhitung sejak tanggal 27 Februari 2021, dinyatakan tidak memiliki tanggungan dan atau pinjaman buku dan tidak lagi terdaftar sebagai anggota Perpustakaan Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.

Medan, 27 Februari 2021
Diketahui oleh,
Kepala Perpustakaan,


Sugiarjo, S.Sos., S.Pd.I

SURAT KETERANGAN PLAGIAT CHECKER

Dengan ini saya Ka.LPMU UNPAB menerangkan bahwa surat ini adalah bukti pengesahan dari LPMU sebagai pengesah proses plagiat checker Tugas Akhir/ Skripsi/Tesis selama masa pandemi *Covid-19* sesuai dengan edaran rektor Nomor : 7594/13/R/2020 Tentang Pemberitahuan Perpanjangan PBM Online.

Demikian disampaikan.

NB: Segala penyalahgunaan/pelanggaran atas surat ini akan di proses sesuai ketentuan yang berlaku UNPAB.



Ritonga, B.A., MSc

Dokumen : PM-UJMA-06-02	Revisi : 00	Tgl Eff : 23 Jan 2019
-------------------------	-------------	-----------------------

Plagiarism Detector v. 1857 - Originality Report 2/24/2021 3:11:14 PM

Analyzed document: TATAMI AGINTA_1615310171_MANAJEMEN.docx Licensed to Universitas Pembangunan Panca Budi_License04

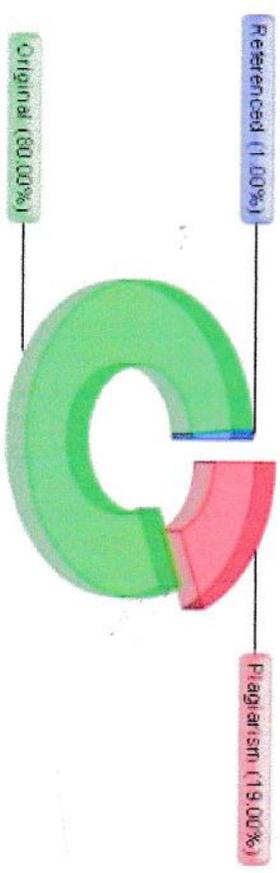
Comparison Preset: Rewrite Detected language:

Check type: Internet Check



Detailed document body analysis:

Relation chart



Permohonan Meja Hijau

Medan, 26 Februari 2021
 Kepada Yth : Bapak/Ibu Dekan
 Fakultas SOSIAL SAINS
 UNPAB Medan
 Di -
 Tempat

Yang hormat, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Tatami Aginta Br Sitepu
 Tempat/Tgl. Lahir : Binjai / 1998-12-16
 Nama Orang Tua : Irianta sitepu
 P. M : 1615310171
 Fakultas : SOSIAL SAINS
 Program Studi : Manajemen
 HP : 082370207830
 Alamat : Jl. Sei Petani, Tanah Seribu

Yang bermohon kepada Bapak/Ibu untuk dapat diterima mengikuti Ujian Meja Hijau dengan judul Pengaruh Faktor Kepribadian, Motivasi, Tingkat Pendidikan, Lingkungan Keluarga dan Penggunaan Sosial Media terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus pada Bidang Makanan Online di Kota Binjai), Selanjutnya saya menyatakan :

1. Melampirkan KKM yang telah disahkan oleh Ka. Prodi dan Dekan
2. Tidak akan menuntut ujian perbaikan nilai mata kuliah untuk perbaikan indeks prestasi (IP), dan mohon diterbitkan ijazahnya setelah lulus ujian meja hijau.
3. Telah tercap keterangan bebas pustaka
4. Terlampir surat keterangan bebas laboratorium
5. Terlampir pas photo untuk ijazah ukuran 4x6 = 5 lembar dan 3x4 = 5 lembar Hitam Putih
6. Terlampir foto copy STTB SLTA dilegalisir 1 (satu) lembar dan bagi mahasiswa yang lanjutan D3 ke S1 lampirkan ijazah dan transkripnya sebanyak 1 lembar.
7. Terlampir pelunasan kwintansi pembayaran uang kuliah berjalan dan wisuda sebanyak 1 lembar
8. Skripsi sudah dijilid lux 2 exemplar (1 untuk perpustakaan, 1 untuk mahasiswa) dan jilid kertas jeruk 5 exemplar untuk pengujian (bentuk dan warna penjiilidan diserahkan berdasarkan ketentuan fakultas yang berlaku) dan lembar persetujuan sudah ditandatangani dosen pembimbing, prodi dan dekan
9. Soft Copy Skripsi disimpan di CD sebanyak 2 disc (Sesuai dengan Judul Skripsinya)
10. Terlampir surat keterangan BKKOL (pada saat pengambilan ijazah)
11. Setelah menyelesaikan persyaratan point-point diatas berkas di masukan kedalam MAP
12. Bersedia melunaskan biaya-biaya yang dibebankan untuk memproses pelaksanaan ujian dimaksud, dengan rincian sbb :

1. [102] Ujian Meja Hijau	: Rp.	500,000
2. [170] Administrasi Wisuda	: Rp.	1,500,000
3. [202] Bebas Pustaka	: Rp.	100,000
4. [221] Bebas LAB	: Rp.	
Total Biaya	: Rp.	2,100,000

Ukuran Toga : **XXXL**

Tanda Tangan/Ditetapkan oleh :

Hormat saya





UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI
FAKULTAS SOSIAL SAINS

Jln. Jend.Gatot Subroto Km.4,5 Telp.(061) 30106060 PO.BOX.1099 Medan.

Email : admin_fc@unpab.pancabudi.org

<http://www.pancabudi.ac.id>

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

UNPAB / PTS

Fakultas

Dosen Pembimbing I

Nama Mahasiswa

Jurusan / Program Studi

No. Sumbuk / NPM

Jenjang Pendidikan

Judul Proposal

: Pembangunan Panca Budi Medan

: Sosial Sains

: Rahmat Hidayat, SE., MM

: Tatami Aginta Br Sitepu

: Manajemen

: 1615310171

: Strata I

: Pengaruh Faktor Kepribadian, Kreativitas, Tingkat Pendidikan, Lingkungan Keluarga, dan Penggunaan Sosial Media Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus Pada Pedagang Makanan Online Di Kota Binjai)

Tanggal	Pembahasan Materi	Paraf	Keterangan
16/12	Bab I		
22/12	Bab II		
6/1	Bab III - V		
13/2	Acc I Sidang		

Medan,

Disetujui Oleh :

RAHMAT HIDAYAT, SE., M.M.

Dosen Pembimbing I

RAHMAT HIDAYAT, SE., M.M.



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI
FAKULTAS SOSIAL SAINS

Jln. Jend.Gatot Subroto Km.4,5 Telp.(061) 30106060 PO.BOX.1099 Medan.

Email : admin_fe@unpab.pancabudi.org

<http://www.pancabudi.ac.id>

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

UNIV / PTS : Pembangunan Panca Budi Medan,
Fakultas : Sosial Sains
Dosen Pembimbing II : Efrizal Adil, SE., MM
Nama Mahasiswa : Tatami Aginta Br Sitepu
Jurusan / Program Studi : Manajemen
No. Stambuk / NPM : 1615310171
Jenjang Pendidikan : Strata I
Judul Proposal : Pengaruh Faktor Kepribadian, Krcativitas, Tingkat Pendidikan,
Lingkungan Keluarga, dan Penggunaan Sosial Media Terhadap Minat
Berwirausaha (Studi Kasus Pada Pedagang Makanan Online Di Kota
Binjai)

Tanggal	Pembahasan Materi	Paraf	Keterangan
16/12	BAB IV: PEMBAHASAN, PENGGUNAAN TATA BAHASA YANG EYD.	<i>f</i>	Pembimbing!
22/12	BAB V: KEGROUPAN MAETAN PUSTAKA	<i>f</i>	Pembimbing!
6/1	TATA PENUNJANG	<i>f</i>	Pembimbing!
13/2	ACC SIMANG MEGA TRIJAN	<i>f</i>	OK

Medan,
Diketahui / Disetujui Oleh :
Dekan

Dr. Bambang Widjanarko
UNPAB
MEDIA

Dr. Bambang Widjanarko, SE., M.M

Dosen Pembimbing II

Efrizal Adil
Efrizal Adil, SE., MM

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh faktor kepribadian, kreativitas, tingkat pendidikan, lingkungan keluarga dan penggunaan sosial media terhadap minat berwirausaha (studi kasus pada pedagang makanan online di Kota Binjai). Pengambilan data penelitian ini menggunakan teknik sampling jenuh dengan menyebarkan kuesioner dan wawancara kepada 40 responden. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda dengan menggunakan IBM SPSS 20. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Kepribadian berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap minat berwirausaha, (2) Kreativitas berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap minat berwirausaha, (3) Tingkat pendidikan tidak berpengaruh secara parsial dan tidak signifikan terhadap minat berwirausaha, (4) Lingkungan keluarga berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap minat berwirausaha, (5) Penggunaan sosial media berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap minat berwirausaha. (6) Faktor kepribadian, kreativitas, tingkat pendidikan, lingkungan keluarga dan penggunaan sosial media berpengaruh secara simultan terhadap minat berwirausaha. Nilai koefisien Adjusted R Square sebesar 0,293 atau 29,3% dan sisanya dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Kata Kunci: *Kepribadian, Kreativitas, Tingkat Pendidikan, Lingkungan Keluarga, Penggunaan Sosial Media, Minat berwirausaha.*

ABSTRACT

The purpose of this study was to know determine and analyze the influence of personality factors, creativity, level of education, family environment and use of social media on entrepreneurial interest (a case study of online food traders in Binjai City). This research data collection using saturated sampling technique by distributing questionnaires and interviews to 40 respondents. The data analysis technique in this research is multiple linear regression analysis using IBM SPSS 20. The results of this study indicate that: (1) Personality has a positive and significant effect on interest in entrepreneurship, (2) Creativity has a positive and significant effect on interest in entrepreneurship, (3) Level education has no and insignificant effect on interest in entrepreneurship, (4) Family Environment has a positive and significant effect on interest in entrepreneurship, (5) Use of Social media has a positive and significant effect on interest in entrepreneurship.(6) Personality factors, creativity, level of education, family environment and use of social media which simultaneously influence the interest in entrepreneurship. The value of the Adjusted R Square coefficient is 0,293 or 29,3% and the rest is explained by other variabeles outside this study.

Keywords : Personality, Creativity, Level of education, Family environment, Use of social media, Interest in entrepreneurship.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkat rahmat dan kasih-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi ini. Adapun judul skripsi ini adalah **“Pengaruh Faktor Kepribadian, Kreativitas, Tingkat Pendidikan, Lingkungan Keluarga dan Penggunaan Sosial Media Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus Pada Pedagang Makanan Online Di Kota Binjai).”**

Penulis menyadari selama melakukan penelitian dan penulisan skripsi ini, penulis banyak memperoleh bantuan moril dan materil dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang tulus kepada :

1. Bapak Dr. H. Muhammad Isa Indrawan, SE., M.M selaku Rektor Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.
2. Ibu Dr. Onny Medaline, SH.,M.Kn selaku Dekan Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.
3. Bapak Ramadhan Harahap, SE., S.Psi., M.Si selaku Ketua Prodi Manajemen Fakultas Sosial Sains Universitas Panca Budi Medan.
4. Bapak Rahmat Hidayat, SE., M.M selaku pembimbing I (satu) saya yang telah meluangkan waktu dalam memberi arahan dan membimbing saya sampai skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Bapak Efrizal Adil, SE., M.M selaku pembimbing II (dua) saya yang telah meluangkan waktu dalam membimbing dan memberikan arahan kepada saya dalam proses penyusunan skripsi ini.

6. Seluruh Dosen, Staff serta Pegawai di Fakultas Sosial Sains, terima kasih telah memberikan ilmu pengetahuan serta bantuan yang sangat berguna selama saya kuliah di Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.
7. Para Pedagang UMKM di wilayah Kecamatan Binjai Selatan, yang bersedia menjadi sampel penelitian skripsi ini.
8. Yang saya cintai kedua orang tua dan keluarga yaitu Bapak Irianta Sitepu dan Ibu Juniana br Sembiring S.Pd, Persada Ananta Sitepu S.Pt (Abang) dan Ria Sri br Pandia (kakak) terimakasih atas doa, semangat, dukungan dan kasih sayang yang diberikan kepada saya.
9. Kepada sahabat kampusku Julia Anggraini, Maya Ananda, Septiana Br Bangun, Riska Haryani, Ibnu Hazam, dan seluruh teman stambuk 2016.
10. Kepada teman-teman diluar kampus Sonia, Dhea, Minul, Nonom, Miong, Kak Rehu, Putri, Laura, Midep, Bang Febri, Andre, Wa Milen, dan seluruh teman PERMATA yang selalu memberikan semangat dan motivasi dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini yang disebabkan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Binjai, Februari 2021
Penulis

TATAMI AGINTA
NPM : 1615310171

DAFTAR ISI

ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi dan Batasan Masalah.....	8
1. Identifikasi Masalah.....	8
2. Batasan Masalah.....	8
C. Rumusan Masalah	9
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	10
1. Tujuan Penelitian	10
2. Manfaat Penelitian	11
E. Keaslian Penelitian	12
BAB II	14
TINJAUAN PUSTAKA	14
A. Landasan Teori	14
1. Pengertian Minat Berwirausaha	14
2. Pengertian Kepribadian.....	17
3. Pengertian Kreativitas	19
4. Pengertian Tingkat Pendidikan	22
5. Pengertian Lingkungan Keluarga.....	23

6. Pengertian Penggunaan Sosial Media	27
B. Penelitian Sebelumnya	30
C. Kerangka Konseptual	32
D. Hipotesis Penelitian	33
BAB III	34
METODE PENELITIAN	34
A. Pendekatan Penelitian	34
B. Tempat dan Waktu Penelitian	34
1. Tempat Penelitian	34
2. Waktu Penelitian	34
C. Variabel Penelitian, Defenisi Operasional, dan Pengukuran Variabel.....	35
1. Variabel Penelitian	35
2. Defenisi Operasional.....	35
3. Pengukuran Variabel.....	37
D. Populasi dan Sampel	37
1. Populasi.....	37
2. Sampel.....	37
E. Teknik Pengumpulan Data.....	40
F. Teknik Analisis Data.....	40
1. Uji Kualitas Data.....	40
2. Uji Asumsi Klasik.....	41
3. Analisis Regresi Linear Berganda.....	42
4. Uji Kesesuaian (Goodness Test of Fit)	43
BAB IV	45
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	45
A. Hasil Penelitian	45
1. Gambaran Umum Objek Penelitian	45
2. Deskripsi Karakteristik Responden.....	46

3. Deskripsi Variabel Penelitian.....	47
4 Uji Kualitas Data.....	59
5 Uji Asumsi Klasik.....	64
6. Analisis Regresi Linear Berganda.....	69
7. Uji Kesesuaian (Goodness Test of Fit)	71
B. Pembahasan	75
BAB V	79
KESIMPULAN DAN SARAN	79
A. Kesimpulan	79
B. Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA	81
Lampiran	85

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya	30
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian.....	35
Tabel 3.2 Defenisi Operasional dan Indikator.....	35
Tabel 3.3 Skala Likert.....	37
Tabel 3.4 Sampel Penelitian.....	38
Tabel 4.1 Jenis Kelamin.....	46
Tabel 4.2 Usia.....	46
Tabel 4.3 Pendidikan Terakhir.....	47
Tabel 4.4 Lamanya Berdagang.....	47
Tabel 4.5 X1.1.....	48
Tabel 4.6 X1.2.....	48
Tabel 4.7 X1.3.....	48
Tabel 4.8 X1.4.....	49
Tabel 4.9 X1.5.....	49
Tabel 4.10 X2.1.....	49
Tabel 4.11 X2.2.....	50
Tabel 4.12 X2.3.....	50
Tabel 4.13 X2.4.....	51
Tabel 4.14 X2.5.....	51
Tabel 4.15 X3.1.....	52
Tabel 4.16 X3.2.....	52
Tabel 4.17 X3.3.....	52
Tabel 4.18 X3.4.....	53
Tabel 4.19 X3.5.....	53
Tabel 4.20 X4.1.....	54
Tabel 4.21 X4.2.....	54
Tabel 4.22 X4.3.....	54
Tabel 4.23 X4.4.....	55
Tabel 4.24 X4.5.....	55
Tabel 4.25 X5.1.....	56
Tabel 4.26 X5.2.....	56
Tabel 4.27 X5.3.....	56
Tabel 4.28 X5.4.....	57
Tabel 4.29 X5.5.....	57
Tabel 4.30 Y1.....	58
Tabel 4.31 Y2.....	58
Tabel 4.32 Y3.....	58
Tabel 4.33 Y4.....	59
Tabel 4.34 Y5.....	59
Tabel 4.35 Uji Validitas Variabel Kepribadian.....	60
Tabel 4.36 Uji Validitas Variabel Kreativitas.....	60
Tabel 4.37 Uji Validitas Variabel Tingkat Pendidikan.....	61
Tabel 4.38 Uji Validitas Variabel Lingkungan Keluarga.....	61
Tabel 4.39 Uji Validitas Variabel Penggunaan Sosial Media.....	62
Tabel 4.40 Uji Validitas Variabel Minat Berwirausaha.....	62
Tabel 4.41 Uji Reliabilitas (X1) Kepribadian.....	63
Tabel 4.42 Uji Reliabilitas (X2) Kreativitas.....	63

Tabel 4.43 Uji Reliabilitas (X3) Tingkat Pendidikan.....	63
Tabel 4.44 Uji Reliabilitas (X4) Lingkungan Keluarga.....	64
Tabel 4.45 Uji Reliabilitas (X5) Penggunaan Sosial Media.....	64
Tabel 4.46 Uji Reliabilitas (Y) Minat Berwirausaha.....	64
Tabel 4.47 Uji Normalitas.....	67
Tabel 4.48 Uji Multikolinearitas.....	68
Tabel 4.49 Model Analisis Regresi Linear Berganda.....	69
Tabel 4.50 Uji Parsial t.....	72
Tabel 4.51 Uji Simultan F.....	74
Tabel 4.52 Uji Koefisien Determinasi.....	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	32
Gambar 4.1 Histogram Uji Normalitas.....	65
Gambar 4.2 P-P Plot Normalitas.....	66
Gambar1.3 Uji Heterokedastisitas.....	68

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Revolusi industri 1.0 muncul diabad ke-18 ditandai dengan hadirnya mekanisasi, energi berbasis uap dan air menjadi penanda tenaga manusia dan hewan digantikan oleh kemunculan mesin. Selanjutnya, revolusi industri 2.0 pada awal Perang Dunia I ditandai dengan pemanfaatan tenaga listrik dalam industri untuk mempermudah serta mempercepat proses produksi. Munculnya personal computer, internet, *smartphone* menjadi penanda revolusi 3.0 yang dikenal sebagai revolusi informasi karena terjadi ledakan informasi digital yang diawali dengan ditemukannya PLC (*Programmable Logic Controller*) sehingga mesin industri dioperasikan otomatis dan biaya produksi semakin murah. Saat ini disebut revolusi 4.0 ditandai dengan munculnya Robot, *artificial intelligence*, *machine learning*, *biotechnology*, *blokchain*, *internet of thing* (IoT), *driverless vehicle*. Revolusi ini diprediksi menjadi hampir semua kegiatan pabrik ditangani robot, alat transportasi akan menuju driverless car, pengiriman barang melalui kurir akan digantikan *drone*, aktivitas kegiatan perbankan akan digantikan *smartphone*, sementara artificial intelligence akan membantu mempermudah keinginan manusia untuk mencapai dan mewujudkan apa yang diharapkan tanpa membutuhkan waktu lama dan berpindah tempat seperti, contoh pemesanan makan siang via *Delivery Order*, *GoFood* (*Gojek*) dan *GrabFood* (*Grab*).

Revolusi industri 4.0 yang terjadi saat ini menyebabkan hilangnya sebagian lapangan pekerjaan tenaga manusia digantikan oleh kemajuan teknologi mesin dan digital. Dibalik hilangnya lapangan pekerjaan justru seharusnya memberikan kesempatan bagi masyarakat Indonesia untuk berinovasi karena berfokus pada pengembangan ekonomi digital dinilai menguntungkan bagi masyarakat. Pengembangan ekonomi digital adalah pasar dan bakat yang akan menciptakan lapangan pekerjaan baru, inovasi baru, dan penemuan baru. Profesi baru yang sebelumnya tidak pernah terpikir melatih kreativitas masyarakat untuk terus melakukan inovasi menyebabkan masyarakat lebih berani mengembangkan usaha atau bisnis baru untuk menjadi seorang wirausaha.

Penelitian ini memfokuskan pada pengaruh kepribadian, kreativitas, tingkat pendidikan, lingkungan keluarga dan penggunaan sosial media terhadap minat berwirausaha. Menurut Kurniawan, dkk (2016) menyatakan seseorang yang memiliki kepribadian dalam menjalankan wirausaha akan memiliki sifat yang mandiri, dapat menghadapi tantangan hidup dan dapat memberikan peluang kerja bagi dirinya dan orang lain. Dalam kepribadian seorang individu terdapat rasa percaya diri, berorientasi pada tugas dan hasil, berani mengambil resiko, berjiwa pemimpin, berorientasi ke depan. Secara umum kepribadian merupakan suatu pola watak yang relatif permanen, dan sebuah karakter unik yang memberikan konsistensi sekaligus individualis bagi perilaku seseorang. Pendapat Alma (2011:79) dalam Kurniawan, dkk (2016) menyatakan bahwa seorang wirausaha adalah orang yang memiliki

kepribadian yang produktif yaitu individu yang matang baik secara fisik maupun psikologi. Seseorang yang ingin menjadiwirausahawan harus memiliki karakter/sifat yang berani, kuat dan siap menghadapi segala tantangan yang ada, karena sebagai seorang wirausahawan sangat memiliki banyak resiko. Salah satu resiko yang paling besar yaitu pesaing yang memiliki usaha yang sama seperti orang tersebut. Jadi, kepribadian merupakan faktor terpenting yang dapat mempengaruhi seseorang menjadi wirausahawan, karena dengan keberanian yang dimiliki dapat menjadi pendorong untuk siap bersaing di dunia usaha. Pendapat Yudi Siswadi (2013) dan Kurniawan, dkk (2016) menyatakan bahwa kepribadian memiliki pengaruh terhadap minat berwirausaha, sedangkan pendapat Pujiastuti (2013), menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kepribadian terhadap minat berwirausaha.

Selanjutnya yaitu kreativitas. Dalam berwirausaha, selain memiliki kepribadian yang kuat dan berani, seseorang harus memiliki kreativitas yang cukup tinggi. Karena dengan begitu, seorang wirausaha pemula tidak akan kalah dengan usaha orang lain. Menurut Gregory dan Jess (2010:3) dalam Murniati, dkk (2019:3) menyatakan bahwa kreativitas merupakan kemampuan yang dimiliki seseorang untuk menciptakan sesuatu yang baru, baik berupa produk, ide, atau gagasan yang baru untuk memecahkan masalah dan sebagai kemampuan untuk melihat unsur-unsur sebelumnya. Kreativitas adalah kemampuan seseorang untuk menciptakan atau menghasilkan sesuatu yang baru, yang belum pernah ada dan memecahkan masalah yang sedang dihadapi (menciptakan ide baru dan unik).

Kreativitas yang baik dilandasi pola pikir yang maju, gagasan-gagasan baru yang berbeda dari yang pernah ada. Berbagai gagasan kreatif umumnya tercetus dengan sendirinya akibat kondisi dan masalah yang sedang terjadi dalam kegiatan wirausaha yang pada awalnya terlihat mustahil. Seseorang yang memiliki kreativitas tinggi akan memiliki minat berwirausaha, karena dengan kreativitas yang tinggi dapat bersaing dengan usahawan lainya. Pendapat Estu Mahamani dan Bida Sari (2018) menyatakan bahwa kreativitas berpengaruh terhadap minat berwirausaha sedangkan pendapat Doddy Adhimursandi (2016) menyatakan bahwa kreativitas tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha.

Dunia pendidikan memiliki peran penting untuk mengubah pandangan masyarakat terhadap peluang wirausaha melalui adanya pendidikan kewirausahaan di sekolah dan Universitas. Pendidikan kewirausahaan di sekolah umumnya ada di Sekolah Menengah Kejuruan (SMK), sebagai muok (muatan lokal) di Sekolah Menengah Atas (SMA) dan di Universitas, Fakultas Ekonomi adalah fakultas yang mengajarkan pendidikan kewirausahaan. Tidak adanya minat berwirausaha terkadang karena kurangnya menguasai bidang wirausaha. Oleh karena itu pendidikan wirausaha diharapkan menjadi sarana untuk memberikan informasi, mendorong dan melatih seseorang untuk menjadi wirausaha yang tidak hanya bermodal aksi nekat dan keberanian saja, tetapi memiliki jiwa dan pola pikir yang terdidik agar mampu mengambil keputusan yang tepat juga melatih berkomunikasi yang baik dan sopan. Penelitian Joko

Pranoto (2017) menyatakan bahwa tingkat pendidikan berpengaruh terhadap minat berwirausaha.

Faktor lain yang mendorong seseorang berminat terhadap wirausaha adalah lingkungan keluarga. Lingkungan Keluarga merupakan faktor yang dapat mendukung minat wirausaha seseorang. Dengan adanya dukungan kuat dari lingkungan keluarga dan memiliki tingkat pendidikan yang mendalami kewirausahaan, maka hal tersebut akan mendorong seseorang untuk meningkatkan minat berwirausahanya. Menurut Conny Semiawan (2010) “lingkungan keluarga adalah media pertama dan utama yang berpengaruh terhadap perilaku dalam perkembangan anak”. Keluarga merupakan salah satu faktor yang paling mempengaruhi dalam menentukan masa depan anak, karena keluarga menjadi dasar terbentuknya kepribadian dan karakter anak. Contohnya dalam memilih pekerjaan, semakin orang tua memberikan didikan dan arahan kepada anaknya mengenai wirausaha maka anak akan cenderung berminat menjadi seorang wirausaha begitu pula sebaliknya. Penelitian M. Halim Kusuma (2018) dan Lulun Berti Sari (2017) menyatakan bahwa lingkungan keluarga berpengaruh terhadap minat berwirausaha sedangkan penelitian Leffy Ayu Wulandari (2020) menyatakan bahwa Lingkungan Keluarga tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha.

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi minat berwirausaha adalah penggunaan sosial media. Di era serba digital sekarang ini, banyak orang yang memanfaatkannya untuk berwirausaha. Selain mudah dalam penggunaannya, juga dapat meminimalkan waktu sehingga lebih efisien.

Pendapat Hermawan Kartajaya (2008) dalam Alfaruk (2017) menyatakan bahwa untuk menjadi wirausaha yang sukses, seseorang harus biasa memperluas jaringan yang luas untuk berkomunikasi dengan yang lain. Karena penggunaan sosial media adalah sebuah media dianggap paling efektif dalam menjalankan usaha, sehingga dapat menimbulkan minat berwirausaha seseorang. Perkembangan ekonomi digital saat ini menjadikan sosial media sebagai wadah pemasaran suatu usaha. Sosial Media adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi *blog*, jejaring sosial, forum dan dunia *virtual*. Sosial media mampu mengundang khalayak, saat ini sosial media sudah menjadi kebutuhan wajib setiap individu. Tidak hanya sebagai sarana mengakses informasi, tapi juga sebagai wadah tempat belajar untuk mengembangkan usaha dan yang paling penting sebagai wadah *branding* dan pemasaran produk usaha. Pendapat Gusti Leni Afriani (2015) dan Eswanto Sugeng Rahayu & Siti Laela (2018) menyatakan bahwa sosial media berpengaruh terhadap minat berwirausaha sedangkan pendapat Tio Prasetyo (2020) menyatakan sosial media tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha.

Menurut data BPS (Badan Pusat Statistik) jumlah angkatan kerja pada Februari (2019) naik 2,24 juta orang dibanding Februari 2018. Sejalan dengan naiknya jumlah angkatan kerja. Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja (TPAK) juga meningkat sebesar 0,12 persen. Dalam setahun terakhir, pengangguran berkurang 50 ribu orang. Lapangan pekerjaan yang mengalami peningkatan penduduk yang bekerja terutama

pada Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum (0,43 persen poin), Perdagangan (0,39 persen poin), dan Konstruksi (0,34 persen poin). Hal ini menunjukkan bahwa kewirausahaan terbukti dapat membuka peluang pekerjaan, dalam jangka panjang mampu menciptakan stabilitas perekonomian.

Alasan umum masyarakat tidak ingin berwirausaha karena penghasilan yang tidak menentu, tidak ada modal, tidak percaya diri memulai wirausaha, takut bersaing, dan tidak tau ingin memulai usaha apa. Pandangan ini yang menjadikan masyarakat cenderung masih memilih sebagai *job seeker* (pencari kerja). Lulus sekolah atau universitas selalu bertujuan bekerja diperusahaan dan pemerintah yang sebenarnya memiliki batas jumlah lapangan pekerjaan. Saat ini kita dituntut untuk menciptakan lapangan pekerjaan karena semakin ketat persaingan untuk mendapatkan pekerjaan. Hal ini yang menjadikan munculnya pelaku wirausaha baru yang memulai wirausaha dengan mengembangkan hobby dan memanfaatkan sosial media pribadi mereka sebagai wadah pemasaran produk, seperti wirausaha makanan dan minuman kaki lima dan penjual makanan online.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, peneliti melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh Faktor Kepribadian, Kreativitas, Tingkat Pendidikan, Lingkungan Keluarga dan Penggunaan Sosial Media Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus Pada Pedagang Makanan Online Di Kota Binjai)**”.

B. Identifikasi dan Batasan Masalah

1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka dapat di indentifikasi permasalahan penelitian sebagai berikut:

- a. Perkembangan 4.0 menyebabkan terbatasnya lapangan pekerjaan.
- b. Kurangnya minat terhadap peluang berwirausaha.
- c. Kurangnya pendidikan wirausaha sehingga kurangnya pengetahuan masyarakat tentang dunia wirausaha.
- d. Kurangnya kreativias dan Inovasi dalam berwirausaha.
- e. Kurangnya pemanfaatan sosial media sebagai wadah pemasaran produk wirausaha.

2. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas dan identifikasi masalah yang terdapat dalam penelitian ini, serta banyaknya faktor-faktor yang mempengaruhi minat wirausaha, maka peneliti membatasi masalah penelitian dengan menggunakan 5 faktor yaitu: Kepribadian, Kreativitas, Tingkat Pendidikan, Lingkungan Keluarga dan Penggunaan Sosial Media. Dalam penelitian ini, peneliti membatasi sampel yang berfokus kepada pedagang makanan dan minuman yang memanfaatkan sosial media berlokasi di wilayah Kecamatan Binjai Selatan, Kota Binjai.

C. Rumusan Masalah

1. Apakah faktor kepribadian berpengaruh terhadap minat berwirausaha pada pedagang makanan online di Kota Binjai?
2. Apakah faktor kreativitas berpengaruh terhadap minat berwirausaha pada pedagang makanan online di Kota Binjai?
3. Apakah faktor tingkat pendidikan berpengaruh terhadap minat berwirausaha pada pedagang makanan online di Kota Binjai?
4. Apakah faktor lingkungan keluarga berpengaruh terhadap minat berwirausaha pada pedagang makanan online di Kota Binjai?
5. Apakah faktor penggunaan sosial media berpengaruh terhadap minat berwirausaha pada pedagang makanan online di Kota Binjai?
6. Apakah faktor kepribadian, kreativitas, tingkat pendidikan, lingkungan keluarga, dan penggunaan sosial media berpengaruh terhadap minat berwirausaha pada pedagang makanan online di Kota Binjai?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Mengetahui apakah faktor kepribadian berpengaruh terhadap minat berwirausaha pada pedagang makanan online di Kota Binjai.
- b. Mengetahui apakah faktor kreativitas berpengaruh terhadap minat berwirausaha pada pedagang makanan online di Kota Binjai.
- c. Mengetahui apakah faktor tingkat pendidikan berpengaruh terhadap minat berwirausaha pada pedagang makanan online di Kota Binjai.
- d. Mengetahui apakah faktor lingkungan keluarga berpengaruh terhadap minat berwirausaha pada pedagang makanan online di Kota Binjai.
- e. Mengetahui apakah faktor penggunaan sosial media berpengaruh terhadap minat berwirausaha pada pedagang makanan online di Kota Binjai.
- f. Mengetahui apakah faktor kepribadian, kreativitas, tingkat pendidikan, lingkungan keluarga, dan penggunaan sosial media berpengaruh terhadap minat berwirausaha pada pedagang makanan online di Kota Binjai.

2. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini antara lain:

a. Bagi Peneliti

Melalui penelitian yang dilakukan, penulis dapat menambah dan memperluas wawasan serta menerapkan ilmu-ilmu yang telah didapat selama di bangku kuliah terkhusus dalam bidang berwirausaha.

b. Bagi Pedagang

Melalui penelitian ini dapat bermanfaat sebagai masukan bagi pihak pedagang mengenai bagaimana pentingnya menjadi wirausaha.

c. Bagi Universitas

Melalui penelitian ini dapat menjadi sumber informasi terhadap Universitas terutama bagi Mahasiswa Manajemen yang mengambil pemfokusan UKM.

E. Keaslian Penelitian

Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian MARRIVA KARNIA PUTRI pada tahun 2018 Universitas Sanata Dharma Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen dengan judul Pengaruh Faktor Kepribadian dan Lingkungan Keluarga terhadap Minat Berwirausaha (Studi Pada Warga Muda di Kecamatan Kretek, Bantul, Yogyakarta) sedangkan penelitian ini berjudul Pengaruh Faktor Kepribadian, Kreativitas, Tingkat Pendidikan, Lingkungan Keluarga dan Penggunaan Sosial Media terhadap Minat Berwirausaha (Studi kasus pada pedagang makanan online di Kota Binjai)

Perbedaan penelitian terletak pada:

1. Variabel penelitian :

Penelitian terdahulu menggunakan 2 variabel bebas yaitu Kepribadian dan Lingkungan Keluarga, serta 1 variabel terikat yaitu Minat Berwirausaha. Sedangkan penelitian ini menggunakan 5 variabel bebas yaitu Kepribadian, Kreativitas, Tingkat Pendidikan, Lingkungan Keluarga, dan Penggunaan Sosial Media, serta variabel terikat yaitu Minat Berwirausaha.

2. Jumlah Populasi / Sampel (n):

Populasi penelitian terdahulu adalah 100 responden sedangkan penelitian ini menggunakan 40 responden.

3. Waktu Penelitian:

Penelitian terdahulu dilakukan pada tahun 2018 sedangkan penelitian ini dilakukan pada tahun 2021.

4. Lokasi Penelitian:

Lokasi penelitian terdahulu dilakukan di Kecamatan Kretek, Bantul, Yogyakarta sedangkan penelitian ini dilakukan kepada pedagang makanan yang berlokasi di Kecamatan Binjai Selatan, Kota Binjai.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Pengertian Minat Berwirausaha

Minat adalah kecenderungan yang agak menetap dalam diri seseorang untuk merasa tertarik pada bidang atau hal tertentu atau merasa senang berkecimpung dalam bidang itu. Kewirausahaan adalah padanan kata dari *entrepreneurship* dalam bahasa Inggris, *unternehmer* dalam bahasa Jerman, *ondernemer* dalam bahasa Belanda dan di Indonesia disebut dengan *kewirausahaan*. Kata *entrepreneur* berasal dari bahasa Perancis yaitu *entreprende* yang berarti petualang, pengambil resiko, kontraktor, pengusaha (orang yang mengusahakan suatu pekerjaan tertentu), dan pencipta yang menjual hasil ciptaannya.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), wirausaha adalah orang yang pandai atau berbakat mengenali produk baru, menentukan cara produksi baru, menyusun operasi untuk mengadakan produk baru, mengatur permodalan operasinya serta memasarkannya.

Minat menjadi wirausaha didefinisikan sebagai keinginan seseorang untuk bekerja mandiri (*self employed*) atau menjalankan usahanya sendiri. Minat berwirausaha adalah keinginan, ketertarikan, serta kesedian untuk bekerja keras atau berkemauan untuk berusaha memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa merasa takut akan resiko yang akan di

hadapi, belajar dari kegagalan yang dialami, serta mengembangkan usaha yang diciptakannya dan bersedia menanggung berbagai resiko berkaitan dengan tindakan yang dilakukannya.

Menurut Buchri Alma (2013:24) wirausaha adalah orang yang mendobrak sistem ekonomi yang ada dengan memperkenalkan barang baru atau jasa baru, dengan menciptakan bentuk organisasi baru atau mengolah bahan baku baru.

Berdasarkan penjelasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa minat berwirausaha adalah suatu kecenderungan yang menunjukkan perasaan suka dan ketertarikan seseorang dalam kegiatan berwirausaha, sebagai pilihan pekerjaan dengan menggunakan kemampuannya dalam berinovasi, pengetahuan, kreativitas, keterampilan, pengalaman, dan kemandirian yang dimiliki. Seseorang yang memiliki minat berwirausaha adalah orang yang senang dalam melakukan pekerjaan di bidang wirausaha.

Minat berwirausaha seseorang dapat dilihat dari dua indikator utama yaitu seberapa kuat upaya seseorang untuk berani mencoba melakukan aktivitas kewirausahaan dan seberapa banyak upaya yang direncanakan seseorang untuk melakukan aktivitas wirausaha.

Faktor – faktor yang mendorong minat berwirausaha menurut Bygrave (dalam Buchari Alma, 2013:11) :

- a) Faktor *Personal*, menyangkut aspek kepribadian, yaitu:
 - a) Adanya ketidakpuasan terhadap pekerjaan seseorang

- b) Adanya pemutusan hubungan kerja, tidak ada pekerjaan lain
 - c) Dorongan karena faktor usia
 - d) Keberanian menanggung resiko
 - e) Komitmen tinggi terhadap bisnis
- b) Faktor *Environment*, menyangkut hubungan dengan lingkungan fisik, yaitu:
- a) Adanya persaingan dalam dunia kehidupan
 - b) Adanya sumber-sumber yang bisa dimanfaatkan seperti modal usaha, tabungan, warisan, bangunan dan lokasi strategis
 - c) Mengikuti latihan kursus bisnis
 - d) Kebijakan pemerintah, adanya kemudahan lokasi berusaha, fasilitas kredit dan bimbingan usaha.
- c) Faktor *Sociological*, menyangkut hubungan dengan keluarga dan sebagainya, yaitu:
- a) Adanya hubungan atau relasi dengan orang lain
 - b) Adanya tim yang dapat diajak kerja sama dalam berusaha
 - c) Adanya dorongan dari orang tua untuk membuka usaha
 - d) Adanya bantuan keluarga dalam berbagai kemudahan
 - e) Adanya pengalaman bisnis sebelumnya.

Fungsi kewirausahaan secara umum dapat diartikan wirausaha adalah perintis dan pengembangan perusahaan dengan cara mengambil resiko dalam menghadapi ketidakpastian dengan cara mengelola sumber daya manusia, material, keuangan untuk mencapai tingkat keberhasilan tertentu yang di inginkan.

2. **Pengertian Kepribadian**

Kepribadian merupakan salah satu faktor yang mendorong individu untuk berwirausaha. Menurut Erich Fromm (dalam Buchari Alma 2013:78) kepribadian adalah merupakan keseluruhan kualitas psikis yang diwarisi atau diperoleh sesuatu yang khas pada seseorang yang membuatnya unik. Selain itu menurut Sjarkawi (2006: 11) bahwa kepribadian adalah ciri atau karakteristik atau gaya atau sifat khas dari diri seseorang yang bersumber dari bentukan-bentukan yang diterima dari lingkungan.

Menurut Pandji Anogara (2009:1) kepribadian seseorang mempengaruhi dirinya dalam memilih pekerjaan. Hal itu senada dengan pendapat Holland, menurut Holland sebagaimana yang dikutip oleh Sukardi 92004:70 menjelaskan bahwa seseorang akan merasa nyaman dalam bekerja apabila pekerjaan tersebut sesuai dengan kepribadiannya. Berdasarkan pendapat beberapa ahli diatas dapat disimpulkan bahwa kepribadian adalah karakter yang dimiliki oleh seseorang yang terbentuk dari lingkungan dan bersifat unik.

Menurut Marbun (dalam Buchari Alma 2013: 52-57) dalam penelitian di Amerika Serikat menyebutkan bahwa sifat yang harus dimiliki oleh seorang wirausahawan yakni sebagai berikut:

a. Percaya diri

Seorang wirausaha yang berhasil pada umumnya memiliki rasa percaya diri yang tinggi, baik percaya pada kemampuan yang dimiliki maupun percaya terhadap kemajuan usaha yang

dijalankannya. Seorang wirausaha harus memiliki tingkat pertimbangan yang kritis terhadap pendapat orang lain, sehingga orang tersebut tidak mudah terpengaruh dalam menentukan keputusan yang diambil.

b. Berorientasi pada tugas dan hasil

Wirausahawan berorientasi pada tugas dan hasil. Adapun hasil yang dimaksud adalah laba atau keuntungan dapat diperoleh dari kegiatan menjalankan tugasnya. Seseorang yang berorientasi pada tugas dan hasil cenderung memiliki watak yang tekun, tabah, pekerja keras dan memiliki motivasi tinggi.

c. Pengambilan resiko

Resiko merupakan sesuatu yang tidak bisa dilepaskan dalam dunia usaha. Keberanian pengambilan sebuah resiko bagi seorang wirausaha merupakan tantangan yang besar dan akan berdampak terhadap usaha yang dimiliki. Sikap berani mengambil resiko merupakan hal penting yang harus dimiliki wirausahawan agar usaha yang dimiliki dapat berjalan dengan maju dan berkembang dengan baik, namun tetap mempertimbangkan segala kemungkinan yang akan terjadi pada usaha yang dimilikinya.

d. Kepemimpinan

Kepemimpinan merupakan salah satu sifat yang juga harus dimiliki seorang wirausaha. Pemimpin yang baik pada umumnya dapat mengarahkan anggota ataupun karyawan menuju ke arah tujuan yang hendak dicapai. Selain itu seorang pemimpin juga harus mampu berkomunikasi baik dengan siapapun, serta dapat menerima saran dan kritik dengan lapang dada demi kemajuan usaha yang dimiliki.

e. Keorisinilan

Sifat orisinil tidak selalu ada pada diri seseorang. Seorang wirausaha dituntut untuk memiliki sifat orisinil karena pada dasarnya wirausahawan harus memiliki pendapat serta ide sendiri tidak meniru orang lain. Orisinil tidak berarti baru, namun suatu ide ataupun produk yang mencerminkan kombinasi baru dari komponen-komponen yang sudah ada, sehingga melahirkan sesuatu yang baru.

f. Berorientasi ke masa depan

Seorang wirausaha yang baik pada umumnya memiliki orientasi dan tujuan ke depan, baik tujuan jangka pendek, jangka menengah dan jangka panjang. Tujuan dan orientasi yang jelas dapat menjadi acuan dalam menentukan langkah dan strategi yang diambil sehingga suatu usaha dapat mencapai target sesuai dengan tujuan yang direncanakan.

3. Pengertian Kreativitas

Dalam berwirausaha terdapat persaingan yang ketat. Untuk memenangkan persaingan maka seorang wirausahawan harus memiliki daya kreativitas yang tinggi. Kreativitas dapat dipandang sebagai kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dan untuk menemukan cara baru dalam melihat masalah dan peluang. Gagasan-gagasan yang kreatif umumnya tidak dapat dibatasi oleh ruang, bentuk ataupun waktu. Justru ide-ide jenius tersebut yang memberikan terobosan baru dalam dunia bisnis yang awalnya terlihat mustahil.

Pengembangan usaha membutuhkan kemampuan inovasi dan kreativitas untuk menghadapi tantangan dalam usaha, khususnya untuk

menemukan produk dan layanan yang unggul. Banyak produk dan layanan yang dihasilkan oleh pembisnis sukses merupakan hasil inovasi dan kreativitas yang dikembangkan dalam usaha. Oleh karena itu, untuk menjadi wirausaha yang unggul diperlukan kemampuan melakukan inovasi dan kreativitas.

Menurut Zimmeree dalam Suryana (2017:11) kreativitas diartikan sebagai kemampuan mengembangkan ide-ide dan menentukan cara-cara baru dalam memecahkan persoalan dan menghadapi peluang. Kreativitas sebagai suatu potensi, perkembangannya tidak terlepas dari aspek psikologi yang melekat berkaitan dengan pola pikir, sikap maupun mental.

Kreativitas Berwirausaha menurut Buchari Alma (2015:69) adalah kemampuan untuk membuat kombinasi-kombinasi baru atau melihat hubungan-hubungan baru antara unsur variabel baru dengan variabel yang sudah ada sebelumnya. Machfoedz (2013: 98-99) menyatakan bahwa kreativitas dibedakan dalam dua klasifikasi yakni kreativitas Eksternal dimana dapat didorong dengan melatih rasa keingintahuan dan kreativitas Internal yaitu ide yang melintas tiba-tiba dalam pemikiran. Modal utama seorang wirausaha tak semata-mata adalah uang tetapi juga kreativitas yang tak ternilai harganya. Kreativitas merupakan sumber penting dalam penciptaan daya saing untuk semua organisasi yang peduli terhadap *growth* (pertumbuhan) dan *change* (perubahan).

Menurut Kao (dalam Basrowi 2011:38) manusia kreatif mempunyai ciri-ciri yakni: keterbukaan dalam pengalaman, melihat

sesuatu dengan cara yang tidak biasa, keingintahuan, menerima dan menyesuaikan yang kelihatannya berlawanan, menerima perbedaan, dan percaya diri.

Menurut Suryana (2017:73) indikator kreativitas dapat dilihat dari ciri-ciri nya sebagai berikut:

- 1) Tertantang terhadap keadaan yang sudah ada, yaitu tidak merasa puas dengan keadaan yang ada atau prestasi yang telah dicapai, selalu membuat perubahan, perbaikan, dan pengembangan.
- 2) Selalu ingin tahu, yaitu mengeksploitasi lingkungan dan menginvestasi kemungkinan-kemungkinan baru.
- 3) Memiliki motivasi diri yang tinggi, yaitu tanggap terhadap kebutuhan dari dalam, selalu proaktif dan menghargai setiap usaha.
- 4) Memiliki visi ke depan, yaitu memiliki imajinasi yang tinggi dan memiliki pandangan jauh ke depan.
- 5) Penghibur, menyenangkan orang lain, dengan memunculkan ide-ide gila, memandang sesuatu yang tidak mungkin menjadi mungkin, memimpikan sesuatu yang besar.
- 6) Berani mengambil resiko, yaitu berani mencoba dan menanggung kegagalan.
- 7) Suka berkeliling/berkelana, yaitu selalu mengubah lingkungan dan melakukan perjalanan untuk memperoleh inspirasi baru.
- 8) Orang yang suka humor, yaitu memiliki ketertarikan kepada yang mengagumkan.

4. Pengertian Tingkat Pendidikan

Pendidikan merupakan wadah sumber informasi dan ilmu bagi seseorang, baik mengenai teori suatu ilmu maupun kegiatan praktek langsung. Latar belakang pendidikan seseorang terutama yang terkait dengan bidang usaha, seperti bisnis dan manajemen atau ekonomi dipercaya akan mempengaruhi keinginan dan minatnya untuk memulai usaha baru di masa mendatang.

Menurut Redja Mudyaharjo (2012:11), pendidikan merupakan usaha dasar yang dilakukan oleh keluarga, masyarakat, dan pemerintah melalui kegiatan bimbingan, pengajaran dan latihan yang berlangsung di sekolah dan diluar lingkungan sekolah sepanjang hayat, untuk mempersiapkan peserta didik agar dapat memainkan peranan dalam berbagai lingkungan hidup secara tepat dimasa yang akan datang.

Kewirausahaan telah merambah ke dalam dunia pendidikan, diintegrasikan dengan kurikulum disekolah maupun perguruan tinggi melalui Pendidikan Kewirausahaan yang merupakan salah satu bentuk aplikasi dunia pendidikan terhadap kemajuan dunia wirausaha. Di dalam pendidikan kewirausahaan diperlihatkan diantaranya adalah nilai dan bentuk kerja untuk mencapai kesuksesan. Sejalan dengan pendapat Wibowo (dalam Wahyono, 2013) pendidikan kewirausahaan merupakan upaya menginternalisasikan jiwa dan mental kewirausahaan baik melalui institusi pendidikan maupun institusi lain seperti lembaga pelatihan, training dan sebagainya.

Menurut Kasmir (2011:32) untuk menjadi wirausaha yang berhasil, persyaratan utama yang harus dimiliki adalah jiwa dan watak yang memiliki keterampilan, dan kemampuan atau kompetensi. Kompetensi itu sendiri ditentukan oleh pengetahuan dan pengalaman. Seorang wirausaha harus mampu berkreasi dan berinovasi. Kreatif dan inovatif tersebut secara riil akan tercermin dalam kemampuan dan kemauan untuk memulai usaha, mengerjakan sesuatu yang baru, mencari peluang dan berani menanggung resiko.

Seseorang berminat untuk berwirausaha karena memiliki pengalaman yang menyenangkan tentang berwirausaha sehingga memiliki keinginan agar dapat terus terlibat dalam kegiatan kewirausahaan. Hal ini sesuai dengan pendapat Buchari Alma (2006: 5-6) bahwa faktor yang mendorong minat berwirausaha adalah lingkungan yang dijumpai kegiatan kewirausahaan seperti teman pergaulan, lingkungan keluarga, sahabat yang dapat diajak berdiskusi tentang ide wirausaha, pendidikan formal, dan pengalaman dalam berbisnis.

5 Pengertian Lingkungan Keluarga

Lingkungan keluarga adalah kumpulan masyarakat terkecil yang terdiri dari ayah, ibu, anak dan anggota keluarga yang lain. Keluarga merupakan peletak dasar bagi pertumbuhan dan perkembangan anak, disinilah yang memberikan pengaruh awal terhadap terbentuknya kepribadian, rasa tanggung jawab dan kreativitas dapat ditumbuhkan

sedini mungkin sejak anak mulai berinteraksi dengan orang dewasa. Lingkungan keluarga adalah media pertama dan utama yang berpengaruh terhadap perilaku dalam perkembangan anak, hal ini sejalan dengan pendapat Wasty Soemanto (2008: 38), bahwa “orang tua atau keluarga merupakan peletak dasar bagi persiapan anak-anak agar di masa yang akan datang dapat menjadi pekerja yang efektif”. Salah satu unsur kepribadian adalah minat. Minat berwirausaha akan terbentuk apabila keluarga memberikan pengaruh positif terhadap minat tersebut, karena sikap dan aktifitas sesama anggota keluarga saling mempengaruhi baik secara langsung maupun tidak langsung.

Menurut Hisrich, dkk (2005: 64) ada empat faktor yang mempengaruhi karakteristik wirausaha, yaitu “*childhood family environment, education, personal value, and work history*”. Hal ini dapat diartikan bahwa lingkungan keluarga semasa kecil mempengaruhi terbentuknya seseorang menjadi wirausaha, dimana kehidupan yang terbentuk sejak kecil, dapat memunculkan minat anak untuk berwirausaha.

Hal ini sejalan dengan pendapat Buchari Alma (2013:80) bahwa “ada pengaruh dari orang tua yang bekerja sendiri, dan memiliki usaha sendiri memiliki kecenderungan anaknya akan menjadi pengusaha pula”. Anak yang memiliki orang tua seorang pengusaha atau hidup dalam lingkungan keluarga wirausahawan akan menerima pengetahuan pada masa-masa awal sehingga membentuk sikap dan persepsi mengenai kepercayaan akan kemampuan berwirausaha.

Berdasarkan pendapat para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa lingkungan keluarga adalah segala sesuatu yang berada dalam kelompok sosial kecil yang berfungsi untuk melindungi setiap anggotanya, yang terdiri dari ayah, ibu dan anak yang memiliki hubungan darah, rasa kasih sayang diantara mereka. Dalam dunia wirausaha lingkungan keluarga memiliki fungsi yang paling utama untuk membentuk karakter bagi seorang anak untuk dapat menjadi seorang wirausaha yang sukses apabila orang tua juga memiliki pola pikir terhadap minat berwirausaha.

Adapun faktor-faktor yang terkandung dalam keluarga menurut Slameto (2010: 60) lingkungan keluarga terdiri dari:

a) Cara orang tua mendidik

Cara orang tua mendidik anak besar pengaruhnya terhadap cara belajar dan berfikir anak. Ada orang tua yang mendidik secara diktator militer, ada yang demokratis dan ada juga keluarga yang acuh tak acuh dengan pendapat setiap keluarga.

b) Relasi antar anggota keluarga

Relasi antar anggota keluarga yang terpenting adalah relasi orang tua dengan anak-anaknya. Demi keberhasilan anak, perlu adanya relasi yang baik dalam keluarga. Hubungan yang baik adalah hubungan yang penuh pengertian dan kasih sayang, disertai dengan bimbingan untuk mensukseskan belajar anak.

c) Suasana Rumah

Suasana rumah dimaksudkan sebagai situasi atau kejadian-kejadian yang sering terjadi di dalam keluarga dimana anak berada dalam keluarga.

d) Keadaan ekonomi keluarga

Pada keluarga yang kondisi ekonominya relatif kurang, menyebabkan orang tua tidak mampu memenuhi kebutuhan pokok anak. Tak jarang faktor kesulitan ekonomi justru menjadi motivator atau pendorong anak untuk lebih berhasil. Adapun pada keluarga yang ekonominya berlebihan, orang tua cenderung mampu memenuhi segala kebutuhan anak termasuk masalah pendidikan anak termasuk bisa melanjutkan sampai ke jenjang yang tinggi. Kadang kala kondisi serba berkecukupan tersebut membuat orang tua kurang perhatian pada anak karena sudah merasa memenuhi semua kebutuhan anaknya, akibatnya anak menjadi malas untuk belajar.

e) Pengertian orang tua

Anak belajar perlu dorongan dan pengertian orang tua. Kadang kala anak mengalami lemah semangat, maka orang tua wajib memberi pengertian dan mendorongnya, membantu kesulitan yang dialami anak baik di sekolah maupun di masyarakat. Hal ini penting untuk tetap menumbuhkan rasa percaya dirinya.

f) Latar belakang kebudayaan

Tingkat pendidikan atau kebiasaan di dalam keluarga mempengaruhi sikap anak dalam kehidupannya. Kepada anak perlu

di tanamkan kebiasaan- kebiasaan dan diberi contoh figur yang baik, agar mendorong anak untuk menjadi semangat dalam meniti masa depan dan kariernya ke depan.

6 Pengertian Penggunaan Sosial Media

Perkembangan teknologi menjadikan proses jual beli produk dan jasa melalui transaksi internet, *network* dan teknologi digital lainnya atau yang lebih kita kenal dengan *E-commerce*. Dengan kata lain *E-commerce* merupakan salah satu faktor pendorong untuk berwirausaha khususnya berbisnis online pada saat ini. Pendapat Shirky dalam Rulli Nasrullah (2015: 11) media sosial dan perangkat lunak sosial merupakan alat untuk meningkatkan kemampuan pengguna untuk berbagi (*to share*), bekerja sama (*to co-operate*) diantara penggunan dan melakukan tindakan secara kolektif yang semuanya berada diluar kerangka institusional maupun organisasi.

Media sosial menurut Philip Kotler dan Kevin Keller (2010:568) merupakan sarana bagi konsumen untuk berbagi teks, gambar, *audio*, dan *video* dengan satu sama lain dan dengan perusahaan dan sebaliknya. Peran Media sosial semakin diakui dalam mendongkrak 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. Menurut Ardianto dalam Setya Wati (2011: 73) mengungkapkan, bahwa media sosial *online* disebut juga jejaring sosial *online* bukan media masa

online, karena media sosial memiliki kekuatan sosial yang sangat mempengaruhi opini publik yang berkembang dimasyarakat.

Maka dapat disimpulkan bahwa media sosial adalah media *online* yang dapat digunakan untuk berkomunikasi, berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan sesuatu yang berkembang di dalam masyarakat. Sebagai salah satu media komunikasi, media sosial bukan hanya digunakan untuk berbagi informasi, tetapi juga sebagai salah satu media untuk mengekspresikan diri, pencitraan diri, bisnis online, dan pemasaran online. Oleh karena itu dengan adanya media sosial diharapkan dapat meningkatkan minat berwirausaha, dengan banyaknya jenis media sosial dapat memudahkan setiap orang untuk melakukan bisnis sejalan dengan kemajuan teknologi.

Abdullah (2012:32) menyatakan jika sebuah merek/produk akan diluncurkan, maka sosial media digunakan untuk menyebarkan informasi yang sifatnya membuat teman atau pengikutnya menjadi penasaran. Salah satunya *Instagram*. *Instagram* menjadi sosial media yang paling berpeluang bisnis bagi para penggunanya. Bisa dimanfaatkan sebagai media komunikasi pemasaran, melalui *share* foto-foto produk penjual, dan memiliki banyak *followers instagram* memudahkan untuk konsumen melihat produk yang dijual dan dapat langsung memberi komentar dibawah foto yang diminati.

Antony Mayfield dalam (Siti Nurjanah 2014) menyatakan indikator dari sebuah sosial media yaitu :

1. Partisipasi, media sosial mendorong kontribusi dan umpan balik (*feed back*) dari setiap orang yang tertarik.
2. Keterbukaan, Mendorong untuk melakukan pemilihan, berkomentar, dan berbagi informasi.
3. Percakapan, Komunikasi yang terjalin anatar dua arah, dan dapat di distribusikan ke khalayak ramai melalui sosial media tersebut.
4. Komunikasi, Sosial media memberi peluang komunitas terbentuk dengan cepat dan berkomunikasi secara efektif.
5. Saling terhubung, Hampir semua sosial media berhasil pada saling keterhubungan, membuat link pada situs-situs, sumber-sumber lain dan orang-orang.
6. Keterampilan menggunakan media sosial, sosial media memberikan terobosan baru untuk memperkecil resiko gagal dan mempermudah memasarkan produk lebih luas tanpa biaya yang sangat tinggi.

Perkembangan teknologi informasi di Indonesia selalu berjalan dari masa ke masa. Sebagai negara yang sedang berkembang, Indonesia selalu mengikuti berbagai teknologi informasi hingga akhirnya tiba di suatu masa dimana penggunaan internet mulai menjadi kebutuhan sehari-hari hampir seluruh kegiatan manusia. Dalam melakukan bisnis online akan sangat membutuhkan konsep *E-commerce* dalam pemasaran akan produk yang akan dipasarkan.

B. Penelitian Sebelumnya

Penelitian sejenis dengan pokok masalah yang ada dalam penelitian ini sudah banyak dilakukan oleh peneliti terdahulu dan hasil penelitian ada kaitannya dengan masalah ini:

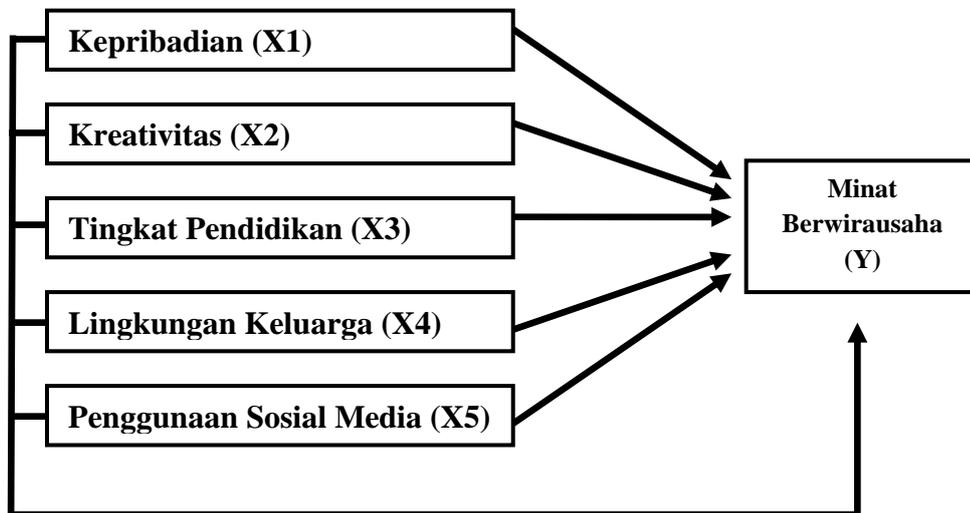
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Judul	Variabel X	Variabel Y	Metode Analisis Data	Hasil Penelitian
1	Yudi Siswadi (2013) Analisis Faktor Internal, Faktor Eksternal dan Pembelajaran Kewirausahaan yang mempengaruhi Minat Mahasiswa dalam Berwirausaha.	Faktor Eksternal, Faktor Internal dan pelajaran	Minat Berwirausaha	Analisis regresi linear berganda	Ada pengaruh yang signifikan dari faktor internal, faktor eksternal dan pembelajaran terhadap minat berwirausaha mahasiswa, baik secara parsial maupun simultan.
2	Paulus Patria Adhitama (2014) Faktor-Faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Undip)	Ekspetasi Pendapatan, Lingkungan Keluarga, dan Pendidikan Kewirausahaan	Minat Berwirausaha	Analisis regresi Linear berganda	Ekspetasi Pendapatan, Lingkungan Keluarga, dan Pendidikan Kewirausahaan berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha.
3	Gusti Leni Afriani (2015) Pengaruh Persepsi Siswa tentang Metode Guru dalam mengajar, Jiwa	Persepsi siswa tentang metode guru dalam mengajar, Jiwa	Minat Berwirausaha	Analisis regresi sederhana dan analisis regresi linear berganda	Terdapat pengaruh positif dan signifikan persepsi siswa tentang metode guru dalam mengajar, jiwa kewirausahaan, dan penggunaan media

	<p>kewirausahaan dan penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha Siswa Kelas XI Akuntansi SMK Negeri 1 Depok Tahun Ajaran 2014/2015</p>	<p>kewirausahaan, Penggunaan Sosial Media</p>			<p>sosial terhadap minat berwirausaha.</p>
4	<p>Muhammad Halim Kusuma (2018)</p> <p>Pengaruh Lingkungan keluarga dan motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha siswa kelas XII Kompetensi keahlian administrasi perkantoran SMK negeri 1 yogyakarta.</p>	<p>Lingkungan Keluarga dan Motivasi berwirausaha</p>	<p>Minat Berwirausaha</p>	<p>Analisis regresi linear berganda</p>	<p>Terdapat pengaruh positif dan signifikan lingkungan keluarga dan motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha.</p>
5	<p>Marriva Karnia Putri (20180)</p> <p>Pengaruh faktor kepribadian dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha</p>	<p>Kepribadian, Lingkungan keluarga</p>	<p>Minat Berwirausaha</p>	<p>Analisis regresi linear berganda</p>	<p>Faktor kepribadian dan lingkungan keluarga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat Berwirausaha.</p>
6	<p>Imtihan dan Nazaruddin (2017)</p> <p>Analisis Tingkat Pendidikan dan Pendapatan Dalam Upaya Pengembangan UMKM Di Kota Padang</p>	<p>Tingkat pendidikan, Pendapatan</p>	<p>Pengembangan UMKM</p>	<p>Analisis Regresi Linear berganda</p>	<p>Tingkat pendidikan dan pendapat berpengaruh terhadap minat berwirausaha.</p>

Sumber: Diolah Penulis 2020

C. Kerangka Konseptual



Gambar2.1 Kerangka Konseptual

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah dugaan sementara akan hasil penelitian, pada penelitian ini hipotesisnya adalah:

- H₁ : Faktor Kepribadian berpengaruh terhadap minat berwirausaha pada pedagang makanan online di Kota Binjai.
- H₂ : Faktor Kreativitas berpengaruh terhadap minat berwirausaha pada pedagang makanan online di Kota Binjai.
- H₃ : Faktor Tingkat Pendidikan berpengaruh terhadap minat berwirausaha pada pedagang makanan online di Kota Binjai.
- H₄ : Faktor Lingkungan Keluarga berpengaruh terhadap minat berwirausaha pada pedagang makanan online di Kota Binjai.
- H₅ : Faktor Penggunaan Sosial Media berpengaruh terhadap minat berwirausaha pada pedagang makanan online di Kota Binjai.
- H₆ : Faktor kepribadian, kreativitas, tingkat pendidikan, lingkungan keluarga, dan penggunaan sosial media berpengaruh terhadap minat berwirausaha pada pedagang makanan online di Kota Binjai.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Menurut (Sugiyono 2016:28), data kuantitatif adalah data berupa angka atau data kualitatif yang diangkakan/*scoring*. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel independen (bebas) yaitu kepribadian, kreativitas, tingkat pendidikan, lingkungan keluarga, dan penggunaan sosial media terhadap variabel dependen (terikat) yaitu minat berwirausaha.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di wilayah Kecamatan Binjai Selatan, Kota Binjai. Lokasi penelitian ini sesuai dengan kriteria yang akan diteliti dan lokasi ini berdekatan dengan peneliti sehingga memudahkan bagi peneliti.

2. Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan mulai Januari 2020 sampai dengan Maret 2021, dengan format berikut:

Tabel 3.1 Jadwal Penelitian

Kegiatan	Waktu Penelitian (2020-2021)																							
	Jan-Okt				Nov				Des				Jan				Feb-Mar				Apr			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Penyusunan Proposal	■	■	■	■																				
Seminar Proposal					■																			
Penelitian						■	■	■	■	■	■	■												
Pengolahan data													■	■	■	■								
Penyusunan Skripsi dan bimbingan																	■	■	■	■	■	■	■	■
Sidang Meja Hijau																								■

Sumber : Diolah Penulis, 2021

C. Variabel Penelitian, Defenisi Operasional, dan Pengukuran Variabel

1. Variabel Penelitian

Pada penelitian ini variabel independennya adalah kepribadian, kreativitas, tingkat pendidikan, lingkungan keluarga dan penggunaan sosial media. Variabel dependennya adalah minat berwirausaha.

2. Defenisi Operasional

Tabel 3.2 Defenisi Operasional

No	Variabel	Defenisi Operasional	Indikator	Skala
1	Kepribadian	Kepribadian adalah merupakan keseluruhan kualitas psikis yang diwarisi atau diperoleh yang khas pada seseorang yang membuatnya unik. (Buchari Alma 2013)	a. Mau menerima kritikan b. Percaya diri c. Berorientasi ke masa depan	Likert
2	Kreativitas	Kreativitas diartikan sebagai kemampuan mengembangkan ide-ide	a. Selalu ingin tahu b. Optimis c. Mencari solusi dari	Likert

		dan menentukan cara-cara baru dalam memecahkan persoalan dan menghadapi peluang.(Zimmeree dalam Suryana 2017)	masalah	
3	Tingkat Pendidikan	Pendidikan merupakan usaha dasar yang dilakukan oleh keluarga, masyarakat, dan pemerintah melalui kegiatan bimbingan, pengajaran dan latihan yang berlangsung di sekolah dan di luar lingkungan sekolah. (Redja Mudyaharjo 2012).	a. Pendidikan yang memadai b. Mendapat pendidikan kewirausahaan	Likert
4	Lingkungan Keluarga	Ada pengaruh dari orang tua yang bekerja sendiri dan memiliki usaha sendiri memiliki kecenderungan anaknya akan menjadi pengusaha. (Buchari Alma 2013).	a. Pola asuh b. Pekerjaan orang tua c. Dukungan Keluarga	Likert
5	Penggunaan Sosial Media	Merupakan alat untuk meningkatkan kemampuan pengguna untuk berbagi (to share), bekerja sama (to co-operate) diantara pengguna. (Shirky dalam Rulli Nasrulla 2015).	a. Informasi b. Partisipasi c. Komunikasi	Likert
6	Minat Berwirausah	Faktor-faktor yang mendorong minat berwirausaha menurut Bygrave (dalam Buchari Alma, 2013:11) 1. Faktor Personal, menyangkut aspek kepribadian. 2. Faktor Environment, menyangkut hubungan dengan lingkungan fisik. 3. Faktor Sociological, menyangkut hubungan dengan keluarga dan sebagainya.	a. Keinginan pribadi b. Membantu lingkungan sosial c. Tidak tergantung kepadaorang lain	Likert

Sumber : Diolah penulis 2021

3. Pengukuran Variabel

Dalam penelitian ini, pengukuran variabel menggunakan skala Likert, dimana responden menyatakan tingkat setuju atau tidak setuju mengenai berbagai pernyataan mengenai perilaku, objek, orang atau kejadian (Mudajad Kuncoro 2013:185).

Tabel 3.3 Skala Likert

Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Ragu-Ragu	Setuju	Sangat Setuju
1	2	3	4	5

Sumber : Diolah Penulis 2021

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi suatu kelompok dari elemen penelitian, dimana elemen adalah unit terkecil yang merupakan sumber data yang di perlukan (Manullang, M & Pakpahan, M 2014:149). Adapun populasi penelitian ini adalah pedagang di wilayah Kecamatan Binjai Selatan, Kota Binjai. Adapun populasi dalam penelitian ini berjumlah 40 responden.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang diambil sebagai sampel data dan dapat mewakili seluruh populasi dengan jumlah 40 responden. Penelitian ini menggunakan Sampling Jenuh dan Padat dengan seluruh populasi yaitu 40 responden untuk dijadikan sampel (Nasution dalam Rusiadi dkk 2013: 47).

Tabel 3.4 Sampel Penelitian

No	Nama Gerai / Nama Dagangan	Alamat
1	Kartika Bubble Drink, Binjai Selatan	Jl. Jamin Ginting No. 63. Binjai Selatan.
2	Warung Lesehan Naila	Jl. Sibolga No. 1, Rambung Barat, Binjai Selatan.
3	Rumput Laut Aizha	Jl. Letjend Jamin Ginting No.64 (Sebrang Toko Roli Grosir) Rambung Barat, Binjai Selatan
4	Kopi Take Away, Tanjung Periuk	Jl. Tanjung Periuk No.12 Binjai Selatan
5	Rumah Juice	Jl. Jamin Ginting, Binjai Selatan, Binjai.
6	Es Gak Beres	Jl. Bandung No.15, Rambung Barat, Binjai Selatan.
7	D&D Fried Chiken	Jl. Jamin Ginting, Binjai Selatan, Binjai.
8	Es Kelapa Naufal	Jl. Letjend Jamin Ginting No. 140-146, Puji Dadi, Binjai Selatan, Binjai.
9	Zein's cafe	Jalan Jamin ginting No.55 Kel. Rambung Dalam, Kec. Binjai Selatan
10	Bakso Monggo Mampir, Jamin Ginting.	Jl. Jamin Ginting, Binjai Selatan, Binjai.
11	Bakso Ada Bakso, Rinjani Moutain Regency	Perumahan Rinjani Moutain Regerency, Jl. Gunung Rinjani, Binjai Selatan, Binjai.
12	Warung Bakso Pak De Ojo Lali blok 2, Binjai Selatan	Jl. Gunung Semer Blok 2, Binjai Selatan
13	Bakso Mantep, Jalan Jamin Ginting	Jl. Jamin Ginting No. 29, Binjai Selatan, Binjai.
14	Fresco Juice	Jl. Letjen Jamin Ginting, Binjai Selatan.
15	Warung Z&F, Binjai Selatan	Jl. Padang No. 38 LK 7 Rambung Dalam, Binjai Selatan
16	Ayam Penyet Sari Dewi, Candra Kirana	Jl. Candra Kirana No.21, Tanah Merah, Binjai Selatan, Binjai.
17	Warung Nasi Goreng Bang Duan, Binjai.	Jl. Gunung Jaya Wijaya, Binjai Estate, Binjai Selatan, Binjai.
18	Sova Kopi, Rinjani	Jl. Rinjani No.18, Binjai Estate, Binjai Selatan, Binjai.
19	Misop Jabar's, Sebelah Futsal Zikra	Jalan Gunung Jayawijaya LK X Kel. Binjai Estate, Kec. Binjai Selatan.
20	Waroeng TST Bang Mardy, Jl	Jl. P Sidempuan No.5 (Depan

	Padangsidempun.	SMA 3), Binjai Selatan, Binjai.
21	Ayam Penyet Lamongan Mas Agung 01, Jamin Ginting.	Jl. Jamin Ginting, Binjai Selatan, Binjai.
22	Be Enjoy, Binjai Selatan	Jl. Diponegoro Gang Slamet No.4, Binjai Selatan
23	Warung Mbak Yus, Gn.Bendahara	Jl. Gn. Bendahara, Binjai Selatan, Binjai.
24	Es Buah Mama Fatih, Binjai Selatan	Jl. Pangeran Diponegoro No. 9, Binjai Selatan.
25	Mie Sop Kampung Mbak Mar, Gn.Semeru	Jl. Gunung Semeru No.54, Binjai Estate, Binjai Selatan Binjai.
26	Pizza Homemade Ratih, Binjai Estate	Jl. Gn. Semeru No. 10 Lk.5, Binjai Selatan, Binjai.
27	Salad Buah Izzy, Bengkulu Rambung Timur	Jl. Bengkulu Rambung Timur, Binjai Selatan.
28	Telur Gulung Cihuy, Tanah Seribu	Jl. Jamin Ginting Tanah Seribu Pasar 3 Binjai Selatan, Binjai.
29	Rokupang Binjai, Kapten Muslim	Jl. Letjend Jamin Ginting No.29, Rambung Dalam, Binjai Selatan.
30	Knock Knock Burger	Gang Dipo, Jl. Pangeran Diponegoro, Binjai Selatan.
31	Rezeki Burger, Binjai Selatan	Jl. Letjnd jamin Ginting, Binjai Selatan.
32	Dimsum Hits Binjai, Gunung Rinjani	Jl. Gunung Rinjani No. 35, Binjai Selatan, Binjai.
33	D'Canopi, Rambung Dalam	Jl. Padang No.2, Rambung Dalam, Binjai Selatan, Binjai
34	Ayam Geprek Milenial Binjai, Ksatria	Jl. Let. Jend. Jamin Ginting Lingkungan V Kel. Pujidadi, Binjai Selatan, 20727
35	Warung Mak Dela, Binjai Selatan	Jl. Sibolga, Binjai Selatan, Binjai.
36	UncleLan Binjai	Jalan Candrakirana No. 37, Binjai Estate, Binjai Selatan, Sumatera Utara
37	Risol Ayam Petir, Binjai Selatan	Jl. Jamin Ginting, Rambung Dalam, Binjai Selatan Binjai.
38	Syahrial Jus Buah/Cemilan	Pasar 1 Tnh 1000 Pujidadi, Lor Getuk
39	WARKOP NKRI	Jl. Gunung Bendahara 12 B Kel. Binjai Estate Kec. Binjai Selatan.
40	Super Dimsum Binjai, Gunung Rinjani	Jl. Gunung Rinjani, Gang Amal No. 08, Binjai Estate, Binjai Selatan, Binjai.

Sumber : Diolah Penulis 2021

E. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah menggunakan angket dan kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan lembar pertanyaan/ Pernyataan tertulis tentang suatu fakta atau kebenaran yang diketahui subjek (Manullang, M & Pakpahan, M 2014: 91). Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung. Penyebaran kuesioner ini dilakukan secara langsung dengan memberikan kuesioner yang berisi daftar pertanyaan yang telah disusun kepada responden yaitu pedagang makanan online yang berada di wilayah Kecamatan Binjai Selatan, Kota Binjai.

F. Teknik Analisis Data

1. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner, dimana suatu kuesioner dinyatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut dengan nilai koefisien $\geq 0,30$ (Manullang, M & Pakpahan, M 2014: 95).

1. Bila r hitung $>$ r tabel maka kuesioner dinyatakan valid.
2. Bila r hitung $<$ r tabel maka kuesioner dinyatakan tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk (Manullang,M & Pakpahan,M 2014 : 97). Suatu kuesioner dinyatakan handal atau reliabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Variabel akan dinyatakan reliabel apabila hasil α (cronbach alpha) $> 0,60$ adalah reliabel (Ghozali, dalam Manullang,M & Pakpahan,M 2014 :197).

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen dan independen keduanya memiliki distribusi normal atau tidak normal (Manullang,M & Pakpahan,M 2014 : 198). Uji normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan uji Kolmogorov-smirnov, data dikatakan berdistribusi normal jika memiliki nilai probabilitas pengujian yang lebih besar dari 0,05 (Manullang,M & Pakpahan,M 2014 : 199). Jika data tidak normal, maka dilakukan perbaikan data dengan cara menghilangkan data tidak normal tersebut (outlier).

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi yang kuat antar variabel bebas(independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi

kolerasi diantara variabel independen. Cara yang digunakan untuk menilainya adalah dengan melihat nilai faktor inflasi varian (Variance Inflasi Factor / VIF) yang tidak melebihi 4 atau 5 Hines dan Montgomery dalam (Manullang,M & Pakpahan,M 2014 : 199) dalam batas toleransi yang ditentukan (tidak melebihi 5).

c. Uji Heteroskedastisitas

Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas yaitu dengan menggunakan Uji Glejser, jika variabel independen signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen, maka ada indikasi terjadi heteroskedastisitas (Manullang,M & Pakpahan,M 2014 : 200). Sedangkan dilihat dari probabilitas signifikansinya di atas tingkat kepercayaan ($>0,05$). Jika terjadi heteroskedastisitas, maka diperbaiki dengan melakukan transformasi data menggunakan log atau ln (logaritma natural).

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data yaitu regresi berganda untuk mengetahui pengaruh variabel indepen (X) terhadap variabel dependen (Y). Untuk itu diformulasikan model regresi berganda sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \epsilon$$

Keterangan :

Y	= Minat Berwirausaha
α	= Konstanta
β	= Koefisien Regresi Berganda
X ₁	= Kepribadian
X ₂	= Kreativitas
X ₃	= Tingkat Pendidikan
X ₄	= Lingkungan Keluarga
X ₅	= Penggunaan Sosial Media

4. Uji Kesesuaian (*Goodness Test of Fit*)**a. Uji Parsial (Uji t)**

Uji t digunakan untuk pengujian hipotesis secara parsial antar variabel independen dan variabel dependen, dengan variabel lain dianggap konstan, dimana $\alpha = 0,05$ (Rusiasi dkk, 2013 : 253).

1) Merumuskan hipotesis

H₀: Tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel X terhadap Y

H_a: Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel X terhadap Y

2) Kriteria penerimaan hipotesis :

- Terima H₀(tolak H_a), jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan sig. t > 5%
- Terima H_a(tolak H₀), jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan sig. t < 5%

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji statistik F dilakukan untuk menunjukkan kesesuaian data dengan model pada variabel independen terhadap variabel dependen. Uji statistik F dilihat dari nilai F-test. Pengujian dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi 0,05 (alpha = 5%).

c. Koefisien Determinasi R^2

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa jauh model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai yang mendekati satu berarti variabel – variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen dan sebaliknya jika mendekati nol (Rusiadi dkk, 2013 : 254).

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Objek Penelitian

Binjai adalah salah satu kota dalam wilayah provinsi Sumatera Utara, Indonesia. Dengan letak geografis **03°03'40" - 03°40'02" LU dan 98°27'03" - 98°39'32" BT**, berbatasan langsung dengan Kabupaten Langkat di sebelah barat dan utara serta Kabupaten Deli Serdang di sebelah timur dan selatan. Terbagi dalam 5 Kecamatan yaitu : Kecamatan Binjai Barat, Kecamatan Binjai Kota, Kecamatan Binjai Selatan, Kecamatan Binjai Timur, Kecamatan Binjai Utara.

Kecamatan Binjai Selatan terbagi kedalam 8 kelurahan, yaitu Kelurahan Rambung Dalam, Kelurahan Rambung Barat, Kelurahan Binjai Estate, Kelurahan Tanah Merah, Kelurahan Tanah Seribu, Kelurahan Pujidadi, dan Kelurahan Bhakti Karya. Perkembangan infrastruktur jalan penghubung Kabupaten Langkat dan Kabupaten Karo mendukung pariwisata di daerah perbatasan Langkat-Karo, berdampak pada Kota Binjai terutama Kecamatan Binjai Selatan sebagai jalur perlintasan menuju perbatasan Langkat-Karo. Menjadi daerah yang berkembang dengan para pedagang makanan minuman atau para pelaku usaha kecil menengah.

2. Deskripsi Karakteristik Responden

Karakteristik responden yang akan diuraikan berikut ini mencerminkan keadaan responden yang diteliti meliputi jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, dan lamanya berdagang.

2.1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin Tabel 4.1 Jenis kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	19	47,5	47,5
	Perempuan	21	52,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0

Sumber : Hasil pengolahan SPSS 20

Pada tabel 4.1 menunjukkan bahwa responden laki-laki berjumlah 19 orang (47,5%) dan responden perempuan berjumlah 21 orang (52,5%).

2.2 Karakteristik responden berdasarkan usia Tabel 4.2 Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Dari 25	5	12,5	12,5
	26 – 35	18	45,0	57,5
	36 – 45	15	37,5	95,0
	Lebih dari 46	2	5,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0

Sumber : Hasil pengolahan SPSS 20

Pada tabel 4.2 menunjukkan bahwa responden yang paling dominan adalah yang berusia 26 tahun sampai dengan 35 tahun yang berjumlah 18 orang (45,0%). Kemudian yang berusia 36 tahun sampai dengan 45 tahun berjumlah 15 orang (37,5%). Kemudian responden yang berusia kurang dari 25 tahun berjumlah 5 orang (12,5%) dan yang berusia lebih dari 46 tahun berjumlah 2 orang (5,0%).

2.3 Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir

Tabel 4.3 Pendidikan terakhir

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
SMA - SEDERAJAT	33	82,5	82,5	82,5
Valid S1/Sarjana	7	17,5	17,5	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Sumber : Hasil pengolahan SPSS 20

Pada tabel 4.3 menunjukkan bahwa responden dengan tingkat pendidikan SMA - SEDERAJAT berjumlah 33 orang (82,5%) dan responden dengan tingkat pendidikan Sarjana berjumlah 7 orang (17,5%).

2.4 Karakteristik responden berdasarkan lamanya berdagang

Tabel 4.4 Lamanya Berdagang

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1 - 3 Tahun	27	67,5	67,5	67,5
Valid 4 - 6 Tahun	8	20,0	20,0	87,5
Lebih Dari 7 Tahun	5	12,5	12,5	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Sumber : Hasil pengolahan SPSS 20

Pada tabel 4.4 menunjukkan bahwa responden yang telah lebih 1 sampai dengan 3 tahun berjumlah 27 orang (67,5%). Kemudian yang telah berdagang dari 4 samapi dengan 6 tahun berjumlah 8 orang (20,0%) dan yang berdagang lebih dari 7 tahun berjumlah 5 orang (12,5%).

3. Deskripsi Variabel Penelitian

Dalam penyebaran kuesioner, masing-masin butir pertanyaan dari setiap variabeel harus di isi oleh responden. Adapun jawaban yang diperoleh dari responden akan ditampilkan pada tabel-tabel berikut:

3.1 Variabel Kepribadian (X₁)

Tabel 4.5 X1.1**Saya optimis menjadi seorang wirausaha dan menerima segala resiko**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
N	3	7,5	7,5	7,5
S	24	60,0	60,0	67,5
Valid SS	13	32,5	32,5	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Sumber : Hasil pengolahan SPSS 20

Pada tabel 4.5 diatas, menunjukkan data bahwa yang menyatakan sangat setuju sebanyak 13 orang (32,5%). Kemudian yang menyatakan setuju sebanyak 24 orang (60,0%) dan yang menyatakan ragu-ragu sebanyak 3 orang (7,5%).

Tabel 4.6 X1.2**Saya mau menerima masukan dan kritikan dari orang lain**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
N	2	5,0	5,0	5,0
S	28	70,0	70,0	75,0
Valid SS	10	25,0	25,0	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Sumber : Hasil pengolahan SPSS 20

Pada tabel 4.6 diatas, menunjukkan data bahwa yang menyatakan sangat setuju sebanyak 10 orang (25,0%). Kemudian yang menyatakan setuju sebanyak 28 orang (70,0%) dan yang menyatakan ragu-ragu sebanyak 2 orang (5,0%).

Tabel 4.7 X1.3**Saya melihat dan belajar dari pengalaman orang lain**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
N	1	2,5	2,5	2,5
S	20	50,0	50,0	52,5
Valid SS	19	47,5	47,5	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Sumber : Hasil pengolahan SPSS 20

Pada tabel 4.7 diatas, menunjukkan data bahwa yang menyatakan sangat setuju sebanyak 19 orang (47,5%). Kemudian yang menyatakan setuju sebanyak 20 orang (50,0%) dan yang menyatakan ragu-ragu sebanyak 1 orang (2,5%).

Tabel 4.8 X1.4
Prencanaan ke depan akan membuat usaha saya berhasil

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
N	19	47,5	47,5	47,5
S	20	50,0	50,0	97,5
Valid SS	1	2,5	2,5	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Sumber : Hasil pengolahan SPSS 20

Pada tabel 4.8 diatas, menunjukkan data bahwa yang menyatakan sangat setuju sebanyak 1 orang (2,5%). Kemudian yang menyatakan setuju sebanyak 20 orang (50,0%) dan yang menyatakan ragu-ragu sebanyak 19 orang (47,5%).

Tabel 4.9 X1.5
Saya mampu untuk mengambil keputusan dalam memimpin sebuah usaha

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
N	10	25,0	25,0	25,0
S	25	62,5	62,5	87,5
Valid SS	5	12,5	12,5	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Sumber : Hasil pengolahan SPSS 20

Pada tabel 4.9 diatas, menunjukkan data bahwa yang menyatakan sangat setuju sebanyak 5 orang (12,5%). Kemudian yang menyatakan setuju sebanyak 25 orang (62,5%) dan yang menyatakan ragu-ragu sebanyak 10 orang (25,0%).

3.2 Variabel Kreativitas (X₂)

Tabel 4.10 X2.1
Kreativitas saya menentukan keberhasilan saya dalam berwirausaha

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
N	5	12,5	12,5	12,5
S	29	72,5	72,5	85,0
Valid SS	6	15,0	15,0	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Sumber : Hasil pengolahan SPSS 20

Pada tabel 4.10 diatas, menunjukkan data bahwa yang menyatakan sangat setuju sebanyak 6 orang (15,0%). Kemudian yang menyatakan setuju sebanyak 29 orang (72,5%) dan yang menyatakan ragu-ragu sebanyak 5 orang (12,5%).

Tabel 4.11 X2.2
Wirasaha menjadi wadah saya merealisasikan hobby saya

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
N	20	50,0	50,0	50,0
Valid S	10	25,0	25,0	75,0
SS	10	25,0	25,0	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Sumber : Hasil pengolahan SPSS 20

Pada tabel 4.11 diatas, menunjukkan data bahwa yang menyatakan sangat setuju sebanyak 10 orang (25,0%). Kemudian yang menyatakan setuju sebanyak 10 orang (25,0%) dan yang menyatakan ragu-ragu sebanyak 20 orang (50,0%).

Tabel 4.12 X2.3
Saya ingin menjadi lain dari yang lain

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
N	4	10,0	10,0	10,0
Valid S	22	55,0	55,0	65,0
SS	14	35,0	35,0	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Sumber : Hasil pengolahan SPSS 20

Pada tabel 4.12 diatas, menunjukkan data bahwa yang menyatakan sangat setuju sebanyak 14 orang (35,0%). Kemudian yang menyatakan setuju sebanyak 22 orang (55,0%) dan yang menyatakan ragu-ragu sebanyak 4 orang (10,0%).

Tabel 4.13 X2.4
Kreativitas tidak memiliki batas

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
N	7	17,5	17,5	17,5
S	14	35,0	35,0	52,5
Valid SS	19	47,5	47,5	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Sumber : Hasil pengolahan SPSS 20

Pada tabel 4.13 diatas, menunjukkan data bahwa yang menyatakan sangat setuju sebanyak 19 orang (47,5%). Kemudian yang menyatakan setuju sebanyak 14 orang (35,0%) dan yang menyatakan ragu-ragu sebanyak 7 orang (17,5%).

Tabel 4.14 X2.5
Tanpa Kreativitas saya tidak dapat berwirausaha

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
N	12	30,0	30,0	30,0
S	21	52,5	52,5	82,5
Valid SS	7	17,5	17,5	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Sumber : Hasil pengolahan SPSS 20

Pada tabel 4.14 diatas, menunjukkan data bahwa yang menyatakan sangat setuju sebanyak 7 orang (17,5%). Kemudian yang menyatakan setuju sebanyak 21 orang (52,5%) dan yang menyatakan ragu-ragu sebanyak 12 orang (30,0%).

3.3 Variabel Tingkat Pendidikan (X₃)

Tabel 4.15 X3.1

Saya memperoleh pengetahuan berwirausaha dari pendidikan formal

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
N	26	65,0	65,0	65,0
S	11	27,5	27,5	92,5
Valid SS	3	7,5	7,5	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Sumber : Hasil pengolahan SPSS 20

Pada tabel 4.15 diatas, menunjukkan data bahwa yang menyatakan sangat setuju sebanyak 3 orang (7,5%). Kemudian yang menyatakan setuju sebanyak 11 orang (27,5%) dan yang menyatakan ragu-ragu sebanyak 26 orang (65,0%).

Tabel 4.16 X3.2

Pendidikan saya menentukan keberhasilan saya dalam berwirausaha

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
TS	2	5,0	5,0	5,0
N	26	65,0	65,0	70,0
Valid S	8	20,0	20,0	90,0
SS	4	10,0	10,0	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Sumber : Hasil pengolahan SPSS 20

Pada tabel 4.16 diatas, menunjukkan data bahwa yang menyatakan sangat setuju sebanyak 4 orang (10,0%). Kemudian yang menyatakan setuju sebanyak 8 orang (20,0%). Kemudian yang menyatakan ragu-ragu sebanyak 26 orang (65,0%) dan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 2 orang (5,0%).

Tabel 4.17 X3.3

Saya sering mengikuti seminar dan kursus kewirausahaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
TS	2	5,0	5,0	5,0
N	32	80,0	80,0	85,0
Valid S	4	10,0	10,0	95,0
SS	2	5,0	5,0	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Sumber : Hasil pengolahan SPSS 20

Pada tabel 4.17 diatas, menunjukkan data bahwa yang menyatakan sangat setuju sebanyak 2 orang (5,0%). Kemudian yang menyatakan setuju sebanyak 4 orang (10,0%). Kemudian yang menyatakan ragu-ragu sebanyak 32 orang (80,0%) dan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 2 orang (5,0%).

Tabel 4.18 X3.4
Pendidikan saya menjadi bekal saya dalam menjalankan usaha

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
N	18	45,0	45,0	45,0
S	15	37,5	37,5	82,5
Valid SS	7	17,5	17,5	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Sumber : Hasil pengolahan SPSS 20

Pada tabel 4.18 diatas, menunjukkan data bahwa yang menyatakan sangat setuju sebanyak 7 orang (17,5%). Kemudian yang menyatakan setuju sebanyak 15 orang (37,5%) dan yang menyatakan ragu-ragu sebanyak 18 orang (45,0%).

Tabel 4.19 X3.5
Buku-buku kewirausahaan memperluas wawasan saya untuk berwirausaha

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
N	27	67,5	67,5	67,5
S	11	27,5	27,5	95,0
Valid SS	2	5,0	5,0	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Sumber : Hasil pengolahan SPSS 20

Pada tabel 4.19 diatas, menunjukkan data bahwa yang menyatakan sangat setuju sebanyak 2 orang (5,0%). Kemudian yang menyatakan setuju sebanyak 11 orang (27,5%) dan yang menyatakan ragu-ragu sebanyak 27 orang (67,5%).

3.4 Variabel Lingkungan Keluarga (X4)

Tabel 4.20 X4.1

Orang tua saya berwirausaha, sehingga saya harus menjadi wirausaha

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
N	9	22,5	22,5	22,5
S	25	62,5	62,5	85,0
Valid SS	6	15,0	15,0	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Sumber : Hasil pengolahan SPSS 20

Pada tabel 4.20 diatas, menunjukkan data bahwa yang menyatakan sangat setuju sebanyak 6 orang (15,0%). Kemudian yang menyatakan setuju sebanyak 25 orang (62,5%) dan yang menyatakan ragu-ragu sebanyak 9 orang (22,5%).

Tabel 4.21 X4.2

Orang tua membebaskan saya untuk berwirausaha

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
N	9	22,5	22,5	22,5
S	25	62,5	62,5	85,0
Valid SS	6	15,0	15,0	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Sumber : Hasil pengolahan SPSS 20

Pada tabel 4.21 diatas, menunjukkan data bahwa yang menyatakan sangat setuju sebanyak 6 orang (15,0%). Kemudian yang menyatakan setuju sebanyak 25 orang (62,5%) dan yang menyatakan ragu-ragu sebanyak 9 orang (22,5%).

Tabel 4.22 X4.3

Orang tua siap memberikan modal untuk saya berwirausaha

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
TS	3	7,5	7,5	7,5
N	21	52,5	52,5	60,0
Valid S	12	30,0	30,0	90,0
SS	4	10,0	10,0	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Sumber : Hasil pengolahan SPSS 20

Pada tabel 4.22 diatas, menunjukkan data bahwa yang menyatakan sangat setuju sebanyak 4 orang (10,0%). Kemudian yang menyatakan setuju sebanyak 12 orang (30,0%). Kemudian yang menyatakan ragu-ragu sebanyak 21 orang (51.5%) dan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 3 orang (7,5%).

Tabel 4.23 X4.4
Dukungan keluarga kepada saya menjadi semangat saya dalam berusaha

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
N	11	27,5	27,5	27,5
S	23	57,5	57,5	85,0
Valid SS	6	15,0	15,0	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Sumber : Hasil pengolahan SPSS 20

Pada tabel 4.23 diatas, menunjukkan data bahwa yang menyatakan sangat setuju sebanyak 6 orang (15,0%). Kemudian yang menyatakan setuju sebanyak 23 orang (57,5%) dan yang menyatakan ragu-ragu sebanyak 11 orang (27,5%).

Tabel 4.24 X4.5
Dukungan keluarga merupakan hal utama yang memengaruhi saya dalam mengambil keputusan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
N	17	42,5	42,5	42,5
S	21	52,5	52,5	95,0
Valid SS	2	5,0	5,0	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Sumber : Hasil pengolahan SPSS 20

Pada tabel 4.24 diatas, menunjukkan data bahwa yang menyatakan sangat setuju sebanyak 2 orang (5,0%). Kemudian yang menyatakan setuju sebanyak 21 orang (52,5%) dan yang menyatakan ragu-ragu sebanyak 17 orang (42,5%).

3.5 Variabel Penggunaan Sosial Media (X₅)

Tabel 4.25 X5.1

Saya merupakan pengguna media sosial seperti facebook, twitter, instagram, path,dll.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
N	13	32,5	32,5	32,5
S	26	65,0	65,0	97,5
Valid SS	1	2,5	2,5	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Sumber : Hasil pengolahan SPSS 20

Pada tabel 4.25 diatas, menunjukkan data bahwa yang menyatakan sangat setuju sebanyak 1 orang (2,5%). Kemudian yang menyatakan setuju sebanyak 26 orang (65,0%) dan yang menyatakan ragu-ragu sebanyak 13 orang (32,5%).

Tabel 4.26 X5.2

Media sosial membuat saya menjadi ketergantungan unutm meggunakannya secara terus-menerus

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
N	8	20,0	20,0	20,0
S	21	52,5	52,5	72,5
Valid SS	11	27,5	27,5	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Sumber : Hasil pengolahan SPSS 20

Pada tabel 4.26 diatas, menunjukkan data bahwa yang menyatakan sangat setuju sebanyak 11 orang (27,5%). Kemudian yang menyatakan setuju sebanyak 21 orang (52,5%) dan yang menyatakan ragu-ragu sebanyak 8 orang (20,0%).

Tabel 4.27 X5.3

Saya dapat mengakses data mengenai kewirausahaan tanpa ada batsa melalui sosial media

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
N	24	60,0	60,0	60,0
S	14	35,0	35,0	95,0
Valid SS	2	5,0	5,0	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Sumber : Hasil pengolahan SPSS 20

Pada tabel 4.27 diatas, menunjukkan data bahwa yang menyatakan sangat setuju sebanyak 2 orang (5,0%). Kemudian yang menyatakan setuju sebanyak 14 orang (35,0%) dan yang menyatakan ragu-ragu sebanyak 24 orang (60,0%).

Tabel 4.28 X5.4
Sosial Media merupakan tepat bisnis online dengan biaya yang sangat murah

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
N	6	15,0	15,0	15,0
S	10	25,0	25,0	40,0
Valid SS	24	60,0	60,0	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Sumber : Hasil pengolahan SPSS 20

Pada tabel 4.28 diatas, menunjukkan data bahwa yang menyatakan sangat setuju sebanyak 24 orang (60,0%). Kemudian yang menyatakan setuju sebanyak 10 orang (25,0%) dan yang menyatakan ragu-ragu sebanyak 6 orang (15,0%).

Tabel 4.29 X5.5
Kemudahan bersosialisasi dan berinteraksi dengan media sosial membuat saya termotivasi untuk berwirausaha atau bisnis online

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
N	14	35,0	35,0	35,0
S	21	52,5	52,5	87,5
Valid SS	5	12,5	12,5	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Sumber : Hasil pengolahan SPSS 20

Pada tabel 4.29 diatas, menunjukkan data bahwa yang menyatakan sangat setuju sebanyak 5 orang (12,5%). Kemudian yang menyatakan setuju sebanyak 21 orang (52,5%) dan yang menyatakan ragu-ragu sebanyak 14 orang (35,0%).

3.6 Variabel Minat Berwirausaha (Y)

Tabel 4.30 Y1
Saya merasa senang menjadi seorang wirausaha

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
S	22	55,0	55,0	55,0
Valid SS	18	45,0	45,0	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Sumber : Hasil pengolahan SPSS 20

Pada tabel 4.30 diatas, menunjukkan data bahwa yang menyatakan sangat setuju sebanyak 18 orang (45,0%) dan yang menyatakan setuju sebanyak 22 orang (55,0%).

Tabel 4.31 Y2
Saya terdorong berwirausaha karena melihat orang yang sukses dalam berwirausaha

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
S	9	22,5	22,5	22,5
Valid SS	31	77,5	77,5	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Sumber : Hasil pengolahan SPSS 20

Pada tabel 4.31 diatas, menunjukkan data bahwa yang menyatakan sangat setuju sebanyak 31 orang (77,5%) dan yang menyatakan setuju sebanyak 9 orang (22,5%).

Tabel 4.32 Y3
Saya senang berwirausaha karena tidak bergantung dengan orang lain

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
N	2	5,0	5,0	5,0
S	11	27,5	27,5	32,5
Valid SS	27	67,5	67,5	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Sumber : Hasil pengolahan SPSS 20

Pada tabel 4.32 diatas, menunjukkan data bahwa yang menyatakan sangat setuju sebanyak 27 orang (67,5%). Kemudian yang menyatakan setuju sebanyak 11 orang (27,5%) dan yang menyatakan ragu-ragu sebanyak 2 orang (5,0%).

Tabel 4.33 Y4
Saya merasa senang apail kelak dapat berwirausaha dengan sukses

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
S	6	15,0	15,0	15,0
Valid SS	34	85,0	85,0	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Sumber : Hasil pengolahan SPSS 20

Pada tabel 4.33 diatas, menunjukkan data bahwa yang menyatakan sangat setuju sebanyak 34 orang (85,0%) dan yang menyatakan setuju sebanyak 6 orang (15,0%)

Tabel 4.34 Y5
Saya bangga dapat berwirausaha untuk menciptakan lapangan pekerjaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
S	5	12,5	12,5	12,5
Valid SS	35	87,5	87,5	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Sumber : Hasil pengolahan SPSS 20

Pada tabel 4.34 diatas, menunjukkan data bahwa yang menyatakan sangat setuju sebanyak 35 orang (87,5%) dan yang menyatakan setuju sebanyak 6 orang (12,5%).

4. Uji Kualitas Data

4.1 Uji Validitas

Untuk mengetahui kelayakan pernyataan dalam daftar angket uang akan disajikan kepada responden maka perlu dilakukan uji validitaa. Apa bila validitas setiap pernyataan lebih besar ($>$)0,30 maka butir pertanyaan dianggap sah (valid). Berikut hasil dari uji validitas terhadap butir-butir pertanyaan dari variabel penelitian:

Tabel 4.35 Uji Validitas X1 (Kepribadian)
Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	16,47	3,538	,808	,790
X1.2	16,38	3,420	,716	,807
X1.3	16,03	3,153	,658	,831
X1.4	16,55	3,946	,532	,853
X1.5	16,47	3,640	,654	,824

Sumber : Hasil pengolahan SPSS 20

Pada tabel 4.35 diatas, hasil output SPSS diketahui nilai validitas terdapat pada kolom *Corrected Item-Total Correlation* yang artinya nilai korelasi antar skor setiap butir dengan skor total pada tabulasi jawaban responden. Hasil uji validitas dari 5 (lima) butir pertanyaan pada variabel kepribadian dapat dinyatakan sah (valid) karena koefisien lebih besar dari 0,30.

Tabel 4.36 Uji Validitas X2 (Kreativitas)
Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	16,25	4,141	,473	,645
X2.2	16,65	3,362	,422	,665
X2.3	15,88	3,651	,553	,603
X2.4	15,65	3,721	,420	,656
X2.5	16,58	3,635	,433	,651

Sumber : Hasil pengolahan SPSS 20

Pada tabel 4.36 diatas, hasil output SPSS diketahui nilai validitas terdapat pada kolom *Corrected Item-Total Correlation* yang artinya nilai korelasi antar skor setiap butir dengan skor total pada tabulasi jawaban responden. Hasil uji validitas dari 5 (lima) butir pertanyaan pada variabel kreativitas dapat dinyatakan sah (valid) karena koefisien lebih besar dari 0,30.

Tabel 4.37 Uji Validitas X3 (Tingkat Pendidikan)

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	11,40	3,528	,412	,659
X3.2	11,55	2,510	,641	,544
X3.3	12,00	3,641	,364	,677
X3.4	10,78	3,102	,482	,629
X3.5	11,38	3,471	,359	,680

Sumber : Hasil pengolahan SPSS 20

Pada tabel 4.37 diatas, hasil output SPSS diketahui nilai validitas terdapat pada kolom *Corrected Item-Total Correlation* yang artinya nilai korelasi antar skor setiap butir dengan skor total pada tabulasi jawaban responden. Hasil uji validitas dari 5 (lima) butir pertanyaan pada variabel tingkat pendidikan dapat dinyatakan sah (valid) karena koefisien lebih besar dari 0,30.

Tabel 4.38 Uji Validitas X4 (Lingkungan Keluarga)

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X4.1	13,92	2,994	,431	,609
X4.2	13,58	2,969	,353	,647
X4.3	14,45	2,818	,344	,660
X4.4	13,67	3,046	,462	,599
X4.5	13,97	2,897	,560	,559

Sumber : Hasil pengolahan SPSS 20

Pada tabel 4.38 diatas, hasil output SPSS diketahui nilai validitas terdapat pada kolom *Corrected Item-Total Correlation* yang artinya nilai korelasi antar skor setiap butir dengan skor total pada tabulasi jawaban responden. Hasil uji validitas dari 5 (lima) butir pertanyaan pada variabel lingkungan keluarga dapat dinyatakan sah (valid) karena koefisien lebih besar dari 0,30.

Tabel 4.39 Uji Validitas X5 (Penggunaan Sosial Media)
Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X5.1	16,43	3,533	,460	,690
X5.2	15,90	3,067	,546	,654
X5.3	16,50	3,179	,499	,674
X5.4	15,48	3,435	,431	,700
X5.5	16,30	3,190	,494	,676

Sumber : Hasil pengolahan SPSS 20

Pada tabel 4.39 diatas, hasil output SPSS diketahui nilai validitas terdapat pada kolom *Corrected Item-Total Correlation* yang artinya nilai korelasi antar skor setiap butir dengan skor total pada tabulasi jawaban responden. Hasil uji validitas dari 5 (lima) butir pertanyaan pada variabel penggunaan sosial media dapat dinyatakan sah (valid) karena koefisien lebih besar dari 0,30.

Tabel 4.40 Uji Validitas Y (Minat Berwirausaha)
Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	18,50	2,821	,473	,754
Y2	18,13	2,317	,656	,689
Y3	18,33	2,379	,513	,752
Y4	17,88	2,830	,525	,739
Y5	17,88	2,728	,602	,717

Sumber : Hasil pengolahan SPSS 20

Pada tabel 4.40 diatas, hasil output SPSS diketahui nilai validitas terdapat pada kolom *Corrected Item-Total Correlation* yang artinya nilai korelasi antar skor setiap butir dengan skor total pada tabulasi jawaban responden. Hasil uji validitas dari 5 (lima) butir pertanyaan pada variabel minat berwirausaha dapat dinyatakan sah (valid) karena koefisien lebih besar dari 0,30.

4.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah derajat ketetapan, ketelitian atau keakuratan yang ditunjukkan oleh instrumen pengukuran. Kuesioner dikatakan reliabel jika $\alpha \text{ cronbach} > 0,60$ dan tidak reliabel jika sama dengan atau dibawah $< 0,60$. Berikut hasil dari uji reliabilitas variabel penelitian:

Tabel 4.41 Uji Reliabilitas X1(Kepribadian)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,852	5

Sumber : Hasil pengolahan SPSS 20

Dari tabel 4.41 diatas, hasil output SPSS diketahui nilai *Cronbach's Alpha* sebesar $0,852 > 0,60$ sehingga variabel kepribadian dinyatakan reliabel.

Tabel 4.42 Uji Reliabilitas X2 (Kreativitas)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,693	5

Sumber : Hasil pengolahan SPSS 20

Dari tabel 4.42 diatas, hasil output SPSS diketahui nilai *Cronbach's Alpha* sebesar $0,693 > 0,60$ sehingga variabel kreativitas dinyatakan reliabel.

Tabel 4.43 Uji Reliabilitas X3 (Tingkat Pendidikan)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,693	5

Sumber : Hasil pengolahan SPSS 20

Dari tabel 4.43 diatas, hasil output SPSS diketahui nilai *Cronbach's Alpha* sebesar $0,693 > 0,60$ sehingga variabel tingkat pendidikan dinyatakan reliabel.

Tabel 4.44 Uji Reliabilitas X4 (Lingkungan Keluarga)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,652	5

Sumber : Hasil pengolahan SPSS 20

Dari tabel 4.44 diatas, hasil output SPSS diketahui nilai *Cronbach's Alpha* sebesar $0,652 > 0,60$ sehingga variabel lingkungan keluarga dinyatakan reliabel.

Tabel 4.45 Uji Reliabilitas X5 (Penggunaan Sosial Media)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,726	5

Sumber : Hasil pengolahan SPSS 20

Dari tabel 4.45 diatas, hasil output SPSS diketahui nilai *Cronbach's Alpha* sebesar $0,726 > 0,60$ sehingga variabel penggunaan sosial media dinyatakan reliabel.

Tabel 4.46 Uji Reliabilitas Y (Minat Berwirausaha)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,773	5

Sumber : Hasil pengolahan SPSS 20

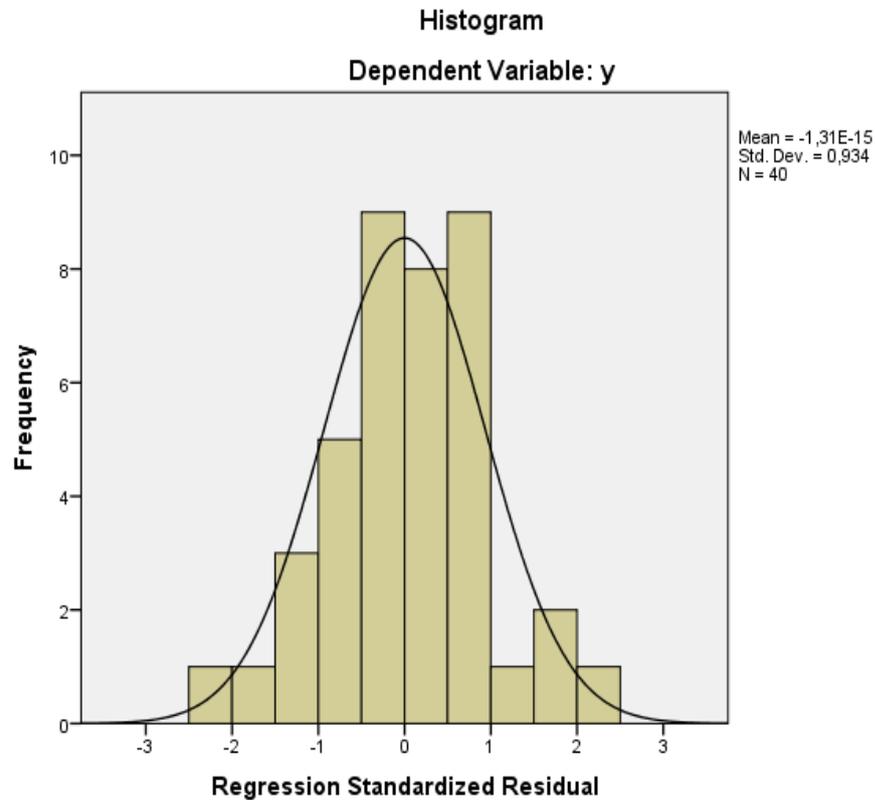
Dari tabel 4.46 diatas, hasil output SPSS diketahui nilai *Cronbach's Alpha* sebesar $0,773 > 0,60$ sehingga variabel minat berwirausaha dinyatakan reliabel.

5. Uji Asumsi Klasik

5.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas mensyaratkan bahwa data setiap variabel yang akan dianalisis harus berdistribusi normal. Cara untuk mendeteksi data berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan uji histogram dan grafik normality probability plot. Uji normalitas merupakan sebuah data untuk

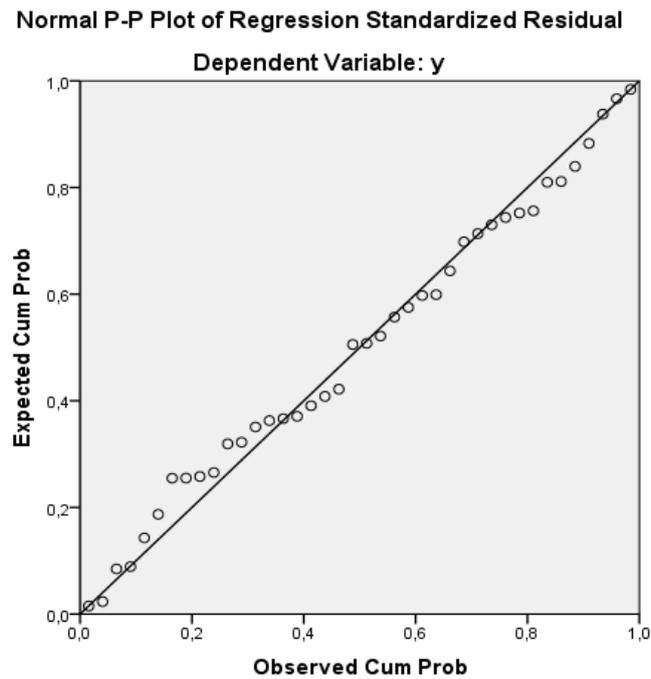
mengetahui apakah distribusi regresi, variabel penggagnggu (residul) memiliki distribusi normal. Hasil pengujian normalitas dengan histogram dapat dilihat pada gambar berikut :



Gambar 4.1 Histogram Uji Normalitas

Sumber : Hasil pengolahan SPSS 20

Berdasarkan gambar 4.1 diatas, diketahui bahwa bentuk histogram menggambarkan data yang berdistribusi normal karena garis membentuk seperti lonceng (*bell shaped*), sehingga asumsi normalitas dalam penelitian ini dapat dipenuhi.



Gambar 4.2 P-P Plot Normalitas

Sumber : Hasil pengolahan SPSS 20

Berdasarkan gambar 4.2 diatas, memperlihatkan bahwa distribusi dari titik-titik data kepribadian, kreativitas, tingkat pendidikan, lingkungan keluarga, penggunaan sosial media, dan minat berwirausaha menyebar di sekitar garis diagonal yang dapat disimpulkan bahwa data yang disajikan dapat dikatakan berdistribusi normal.

Agar lebih memastikan bahwa data di sepanjang garis diagonal berdistribusi normal atau tidak, maka dilakukan uji Kolmogorov-smirnov (1 Sample KS) yaitu dengan melihat data residualnya, apakah berdistribusi normal atau tidak. Jika nilai Asymp.si (2-tailed) > taraf nyata ($\alpha = 0,05$), maka data residual berdistribusi normal.

Tabel 4.47 Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	,86891920
	Absolute	,090
Most Extreme Differences	Positive	,059
	Negative	-,090
Kolmogorov-Smirnov Z		,569
Asymp. Sig. (2-tailed)		,902

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Hasil pengolahan SPSS 20

Pada tabel 4.47 di atas, dapat dilihat bahwa hasil pengolahan data uji normalitas, besar nilai signifikansi kolmogorov-Smirnov sebesar 0,902. Maka dapat disimpulkan data terdistribusi secara normal, dimana nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05 ($p = 0,902 > 0,05$). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa nilai observasi data telah berdistribusi secara normal dan dapat dilanjutkan dengan uji asumsi klasik lainnya.

5.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independent*). Uji ini dilakukan dengan melihat nilai tolerance dan *variance inflation factor* (VIF) dari hasil analisis dengan menggunakan SPSS. Apabila nilai tolerance value $> 0,5$ atau $VIF < 5$ maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas. Uji multikolinearitas dari hasil angket yang telah didistribusikan kepada responden dapat dilihat pada tabel berikut :

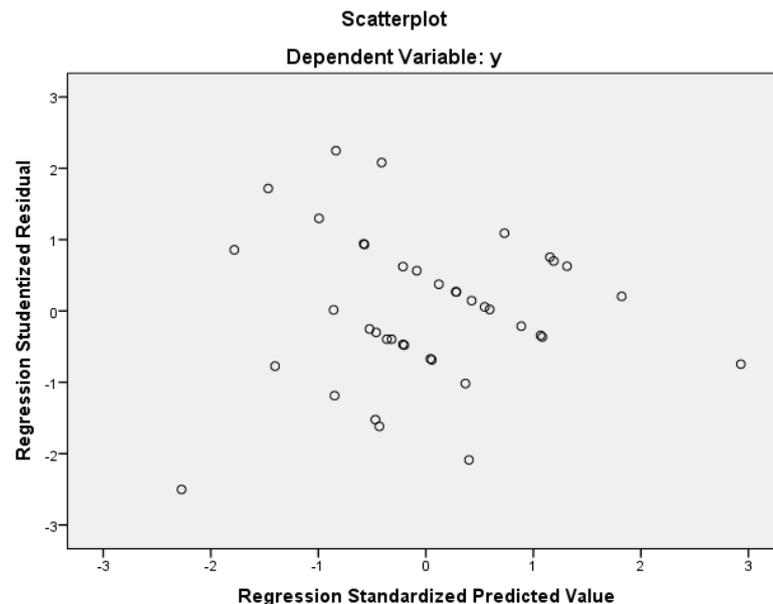
Tabel 4.48 Tabel Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
1		
Kepribadian (X1)	,766	1,306
Kreativitas (X2)	,738	1,355
Tingkat Pendidikan (X3)	,956	1,046
Lingkungan Keluarga (X4)	,921	1,086
Penggunaan Sosial Media (X5)	,981	1,019

Sumber : Hasil pengolahan SPSS 20

Pada tabel 4.48 diatas diketahui bahwa setiap variabel bebas memiliki nilai VIF kurang dari 5 dan tolerance diata 0,1 antara laian adalah Kepribadian $1,306 < 5$, Kreativits $1,355 < 5$, Tingkat Pendidikan $1,046 < 5$, Lingkungan Keluarga $1,086 < 5$, Penggunaan Media Sosial $1,019 < 5$ dan model regresi ini dapat digunakan dan bebas dari multikolinearitas tau tidak terjadi hubungan antar variabel bebas.

5.3 Uji Heterokedastisitas



Gambar 1.3 Uji Heterokedastisitas

Sumber : Hasil pengolahan SPSS 20

Pada gambar 4.3 di atas, gambar scatterplot menunjukkan bahwa titik-titik yang dihasilkan menyebar secara acak dan tidak membentuk satu pola atau garis tertentu. Dari hasil pengujian ini menunjukkan bahwa model regresi ini bebas atau terhindar dari masalah heterokedastisitas, dengan kata lain yaitu variabel yang akan diuji dalam penelitian ini bersifat homoskedastisitas.

6. Analisis Regresi Linear Berganda

Pengujian ini dimaksudkan untuk mengetahui secara individu pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel independen yaitu variabel kepribadian (X1), kreativitas (X2), tingkat pendidikan (X3), lingkungan keluarga (X4), dan penggunaan sosial media (X5) terhadap variabel dependen yaitu minat berwirausaha (Y).

Tabel 4.49 Model Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	5,154	4,905
1 Kepribadian (X1)	,258	,078
Kreativitas (X2)	,267	,108
Tingkat Pendidikan (X3)	-,034	,103
Lingkungan Keluarga (X4)	,218	,084
Penggunaan Sosial Media (X5)	,220	,081

Sumber : Hasil pengolahan SPSS 20

Berdasarkan hasil pengolahan data seperti terlihat pada tabel 4.49 kolom Unstandardized Coefficients diperoleh persamaan linear berganda sebai berikut :

$$Y = 5,154 + 0,258X1 + 0,267X2 - 0,034X3 + 0,218X4 + 0,220X5 + \epsilon$$

Berdasarkan persamaan tersebut dapat digambarkan sebagai berikut :

- a. **Konstanta = 5,154.** Menyatakan apabila variabel kepribadian (X1), kreativitas (X2), tingkat pendidikan (X3), lingkungan keluarga (X4), dan penggunaan sosial media (X5) dianggap bernilai 0, maka variabel dependent atau minat berwirausaha tetap sebesar (5,154).
- b. **Koefisien Kepribadian (X1) = 0,285.** Hasil koefisien regresi variabel kepribadian sebesar (0,258) yang artinya apabila kepribadian meningkat 1% maka minat berwirausaha mengalami kenaikan sebesar 0,258% dengan nilai variabel lainnya dianggap tetap. Koefisien bernilai positif berarti adanya hubungan positif antara kepribadian dengan minat berwirausaha.
- c. **Koefisien Kreativitas (X2) = 0,267.** Hasil koefisien regresi variabel kreativitas sebesar (0,267) yang artinya apabila kreativitas meningkat 1% maka minat berwirausaha mengalami kenaikan sebesar 0,267% dengan nilai variabel lainnya dianggap tetap. Koefisien bernilai positif berarti adanya hubungan positif antara kreativitas dengan minat berwirausaha.
- d. **Koefisien Tingkat Pendidikan (X3) = (-0,034).** Hasil koefisien regresi variabel tingkat pendidikan sebesar (-0,034) yang artinya apabila tingkat pendidikan meningkat 1% maka minat berwirausaha mengalami penurunan sebesar (-0,034%) dengan nilai variabel lainnya dianggap tetap. Koefisien bernilai negatif berarti adanya hubungan negatif antara tingkat pendidikan dengan minat berwirausaha.
- e. **Koefisien Lingkungan Keluarga (X4) = 0,218.** Hasil koefisien regresi variabel lingkungan keluarga sebesar (0,218) yang artinya apabila

lingkungan keluarga meningkat 1% maka minat berwirausaha mengalami kenaikan sebesar 0,218% dengan nilai variabel lainnya dianggap tetap. Koefisien bernilai positif berarti adanya hubungan positif antara lingkungan keluarga dengan minat berwirausaha.

- f. **Koefisien Penggunaan Sosial Media (X5) = 0,220.** Hasil koefisien regresi variabel kepribadian sebesar (0,220) yang artinya apabila penggunaan sosial media meningkat 1% maka minat berwirausaha mengalami kenaikan sebesar 0,220% dengan nilai variabel lainnya dianggap tetap. Koefisien bernilai positif berarti adanya hubungan positif antara penggunaan sosial media dengan minat berwirausaha.

7. Uji Kesesuaian (*Goodness Test of Fit*)

7.1 Uji Parsial t

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen menunjukkan seberapa jauh variabel bebas secara individual. Pengujian signifikan dengan kriteria pengambilan keputusan :

H_0 : Tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel X terhadap Y

H_a : Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel X terhadap Y

**Tabel 4.50 Uji Parsial t
Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	5,154	4,905		1,051	,301
Kepribadian (X1)	,258	,078	,508	3,303	,002
1 Kreativitas (X2)	,267	,108	,387	2,468	,019
Tingkat Pendidikan (X3)	-,034	,103	-,046	-,334	,741
Lingkungan Keluarga (X4)	,218	,084	,363	2,589	,014
Penggunaan Sosial Media (X5)	,220	,081	,368	2,710	,010

Sumber : Hasil pengolahan SPSS 20

Berdasarkan tabel 4.50 dapat dilihat bahwa :

- a. Variabel kepribadian (X1) memiliki nilai t_{hitung} sebesar 3,303 dan nilai signifikan sebesar 0,002. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kepribadian nilai t_{hitung} $3,303 > t_{tabel}$ 2,032 artinya menerima H_a dan menolak H_0 . Kesimpulannya variabel kepribadian (X1) berpengaruh dan nilai signifikansi $0,002 < 0,05$ artinya variabel kepribadian signifikan terhadap minat berwirausaha.
- b. Variabel kreativitas (X2) memiliki nilai t_{hitung} sebesar 2,468 dan nilai signifikan sebesar 0,019. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kreativitas nilai t_{hitung} $2,468 > t_{tabel}$ 2,032 artinya menerima H_a dan menolak H_0 . Kesimpulannya variabel kreativitas (X1) berpengaruh dan nilai signifikansi $0,019 < 0,05$ artinya variabel kreativitas signifikan terhadap minat berwirausaha.
- c. Variabel tingkat pendidikan (X3) memiliki nilai t_{hitung} sebesar (-0,334) dan nilai signifikan sebesar 0,741. Hal ini menunjukkan bahwa variabel tingkat pendidikan nilai t_{hitung} $(-0,334) < t_{tabel}$ 2,032 artinya menerima H_0 dan menolak H_a . Kesimpulannya variabel tingkat pendidikan (X3)

tidak berpengaruh dan nilai signifikansi $0,019 < 0,05$ artinya variabel tingkat pendidikan tidak signifikan terhadap minat berwirausaha.

- d. Variabel lingkungan keluarga (X4) memiliki nilai t_{hitung} sebesar 2,589 dan nilai signifikan sebesar 0,014. Hal ini menunjukkan bahwa variabel lingkungan keluarga nilai $t_{hitung} 2,589 > t_{tabel} 2,032$ artinya menerima H_a dan menolak H_0 . Kesimpulannya variabel lingkungan keluarga (X4) berpengaruh dan nilai signifikansi $0,014 < 0,05$ artinya variabel lingkungan keluarga signifikan terhadap minat berwirausaha.
- e. Variabel penggunaan sosial media (X5) memiliki nilai t_{hitung} sebesar 2,710 dan nilai signifikan sebesar 0,010. Hal ini menunjukkan bahwa variabel penggunaan sosial media nilai $t_{hitung} 2,710 > t_{tabel} 2,032$ artinya menerima H_a dan menolak H_0 . Kesimpulannya variabel penggunaan media sosial (X5) berpengaruh dan nilai signifikansi $0,010 < 0,05$ artinya variabel penggunaan sosial media signifikan terhadap minat berwirausaha.

7.2 Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan (uji F) bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel dependen. Uji statistik F dilakukan dengan menggunakan signifikansi 0,05 ($\alpha = 5\%$). Dengan menggunakan tingkat signifikansi 0,05, apabila nilai signifikansi $F > 0,05$ maka tidak ada pengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Tetapi sebaliknya, apabila nilai signifikansi $F < 0,05$ maka ada pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Kriteria uji F sebagai berikut:

- H_0 diterima apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ dan nilai signifikansi $> 0,05$
- H_0 ditolak apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai signifikansi $< 0,05$

Tabel 4.51 Uji Simultan
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	18,329	5	3,666	4,233	,004 ^b
Residual	29,446	34	,866		
Total	47,775	39			

a. Dependent Variable: y

b. Predictors: (Constant), x5, x4, x3, x1, x2

Pada tabel 4.51 diperoleh hasil nilai signifikansi sebesar 0,004. Nilai signifikansi lebih kecil dari nilai F yaitu 0,05 atau $0,004 < 0,05$. Serta nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} yaitu $4,233 > 2,49$. Dari kedua perhitungan tersebut maka dapat disimpulkan bahwa faktor kepribadian, kreativitas, tingkat pendidikan, lingkungan keluarga, dan penggunaan sosial media berpengaruh secara simultan terhadap minat berwirausaha pada pedagang makanan online di Kota Binjai.

7.3 Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui persentase besarnya variasi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

Tabel 4.52 Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,619 ^a	,384	,293	,931

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

b. Predictors: (Constant), x5, x4, x3, x1, x2

Sumber : Hasil pengolahan SPSS 20

Berdasarkan tabel 4.52 uji koefisien determinasi menunjukkan Adjusted R Square memiliki nilai sebesar 0,293 yang memiliki arti bahwa variabel dependen yang dijelaskan oleh variabel independen sebesar 29,3%. Sedangkan sisanya 70,7% dijelaskan oleh variabel lainya diluar dari variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

B. Pembahasan

1. Pengaruh parsial Kepribadian terhadap minat berwirausaha

Hasil menunjukkan bahwa $t_{hitung} 3,303 > t_{tabel} 2,032$ dan nilai signifikansi $0,002 < 0,05$ yang menyatakan bahwa variabel kepribadian berpengaruh dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Pengaruh kepribadian disebabkan karena karakteristik kepribadian individu sangat berpengaruh terhadap keberhasilan usaha. Seorang wirausaha yang mempunyai jiwa kepemimpinan, siap mental untuk menghadapi segala resiko dan akan tertantang untuk mendirikan sebuah usaha dengan perencanaan yang matang merupakan sikap yang baik bagi seorang wirausahawan. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Kurniawan dkk (2016) yang menyatakan bahwa kepribadian berpengaruh dan signifikan terhadap minat berwirausaha dan bertentangan dengan penelitian Pujiastuti (2013) yang menyatakan tidak terdapat pengaruh yang signifikan faktor kepribadian terhadap minat berwirausaha.

2. Pengaruh parsial Kreativitas terhadap minat berwirausaha

Hasil menunjukkan bahwa $t_{hitung} 2,468 > t_{tabel} 2,032$ serta nilai signifikansi sebesar $0,019 < 0,05$ yang menyatakan bahwa variabel kreativitas berpengaruh dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Kesuksesan seorang wirausaha tidak dapat dipisahkan dari kreativitas dan inovasi. Inovasi tercipta karena adanya daya kreativitas yang tinggi. Kreativitas merupakan hal penting dari kekuatan persaingan, karena lingkungan cepat sekali berubah. Perubahan yang terjadi selalu menuntut seorang wirausaha untuk selalu berpikir kreatif. Kegunaan lainya dari pemikiran kreatif berhubungan secara langsung dengan penambahan nilai serta penemuan peluang. Penelitian ini sejalan dengan pendapat Estu Mahanani dan Bida Sari (2018) yang menyatakan bahwa kreativitas berpengaruh terhadap minat berwirausaha dan bertentangan dengan pendapat Doddy Adhimursandi (2016) menyatakan bahwa kreativitas tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha.

3. Pengaruh parsial Tingkat pendidikan terhadap minat berwirausaha

Hasil menunjukkan bahwa $t_{hitung} (-0,334) < t_{tabel} 2,032$ serta nilai signifikansi sebesar $0,741 > 0,05$ yang menyatakan bahwa variabel tingkat pendidikan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap minat berwirausaha. Penelitian Joko Pranoto (2017) menyatakan bahwa variabel tingkat pendidikan berpengaruh terhadap minat berwirausaha, akan tetapi hal tersebut tidak terjadi pada pedagang makanan online di Kota Binjai,

dikarenakan pendidikan terakhir para pedagang 82,5% adalah SMA-Sederajat. Tingkat pendidikan bukanlah menjadi tolak ukur yang pasti untuk menimbulkan minat berwirausaha, walaupun dengan adanya pengetahuan pendidikan kewirausahaan tidak semua membentuk karakter dan kemampuan berwirausaha, tapi tergantung dari pribadi individu tersebut. Sebaliknya, memiliki kemampuan dan pengetahuan, tetapi tidak disertai kemauan, maka tidak akan terwujud menjadi seorang wirausaha. Penelitian Nurikasari dkk (2016) dan Trisnawati (2014) menyatakan tidak ada pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha.

4. Pengaruh parsial Lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha

Hasil menunjukkan bahwa $t_{hitung} 2,589 > t_{tabel} 2,032$ dan nilai signifikansi $0,014 < 0,05$ yang menyatakan bahwa variabel lingkungan keluarga berpengaruh dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Memiliki orang tua yang berwirausaha akan memberikan inspirasi menjadi seorang wirausaha yang telah mendarah daging pada anak sejak dini. Anak terinspirasi karena terbiasa dilatih sejak kecil, diminta membantu mulai dari pekerjaan yang ringan atau mudah sampai yang rumit. Terlatih dan terinspirasi sehingga mempengaruhi minatnya untuk menjadi wirausaha melalui pola asuh keluarga. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Eka Aprilianty (2012) dan M.Halim Kusuma (2018) menyatakan bahwa lingkungan keluarga berpengaruh terhadap minat berwirausaha dan bertentangan terhadap penelitian Leffy Ayu Wulandari (2020) menyatakan bahwa lingkungan keluarga tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha.

5. Pengaruh parsial Penggunaan Sosial Media terhadap minat berwirausaha

Hasil menunjukkan bahwa $t_{hitung} 2,710 > t_{tabel} 2,032$ dan nilai signifikansi $0,010 < 0,05$ yang menyatakan bahwa variabel penggunaan sosial media berpengaruh dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Faktor eksternal yang mempengaruhi minat berwirausaha yang disampaikan oleh Suryana (2006 :62) bahwa faktor eksternal yang mempengaruhi proses berwirausaha atau minat berwirausaha meliputi peluang, model peran, aktivitas, pesaing, inkubator, sumber daya, lingkungan, kemajuan iptek dan kebijakan. Penggunaan sosial media menjadi salah satu bukti kemajuan iptek yang terjadi saat ini. Kita dapat melihat contoh-contoh wirausahawan yang sukses, melihat ide-ide bisnis, menambah relasi, yang bisa menjadi inspirasi untuk berwirausaha dan sebagai wadah promosi yang sangat efektif. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Gusti Leni Afriani (2015) dan Eswanto Sugeng; Siti Laela (2018) menyatakan bahwa penggunaan sosial media berpengaruh terhadap minat berwirausaha dan bertentangan dengan pendapat Tio Prasetio (2020) menyatakan penggunaan sosial media tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha.

6. Pengaruh simultan Faktor kepribadian, kreativitas, tingkat pendidikan, lingkungan keluarga, dan penggunaan sosial media berpengaruh secara simultan terhadap minat berwirausaha.

Hasil menunjukkan Nilai signifikansi lebih kecil dari nilai signifikansi yaitu $0,05$ atau $0,004 < 0,05$. Serta nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} yaitu $4,233 > 2,49$. Faktor – faktor yang mendorong minat berwirausaha

menurut Bygrave dalam Buchari Alma (2013:11) dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya adalah, 1) faktor *Personal*, menyangkut aspek kepribadian. 2) faktor *Environment*, menyangkut hubungan dengan lingkungan fisik. 3) faktor *Sosiological*, menyangkut hubungan dengan keluarga dan sebagainya. Menurut Nurchotim (2012: 25), faktor-faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha yaitu, 1) faktor *intrinsik* yang meliputi adanya kebutuhan akan pendapatan, motif, harga diri, perasaan senang dan perhatian. 2) faktor *ekstrinsik* yang meliputi lingkungan keluarga, lingkungan masyarakat, peluang, dan pendidikan. Adapun dalam penelitian ini kepribadian, kreativitas, tingkat pendidikan, lingkungan keluarga, dan penggunaan sosial media terhadap minat berwirausaha secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap minat berwirausaha sehingga teori ini terbukti. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Farah Nurikasari (2016) menyatakan pendidikan kewirausahaan, kreativitas dan motivasi berwirausaha berpengaruh secara simultan terhadap minat berwirausaha. Penelitian Joko Pranoto (2017) menyatakan lingkungan keluarga, ekspektasi pendapatan, tingkat pendidikan, motivasi, dan konsep diri berpengaruh secara simultan terhadap minat berwirausaha.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, maka penulis dapat mengambil beberapa kesimpulan seperti:

1. Kepribadian berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap minat berwirausaha, dengan hasil ditunjukkan $t_{hitung} 3,303 > t_{tabel} 2,032$ dan nilai signifikan $0,002 < 0,05$.
2. Kreativitas berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap minat berwirausaha, dengan hasil ditunjukkan $t_{hitung} 2,468 > t_{tabel} 2,032$ dan nilai signifikan $0,019 < 0,05$.
3. Tingkat pendidikan tidak berpengaruh secara parsial dan tidak signifikan terhadap minat berwirausaha, dengan hasil ditunjukkan $t_{hitung} (-0,334) < t_{tabel} 2,032$ dan nilai signifikan $0,741 > 0,05$.
4. Lingkungan keluarga berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap minat berwirausaha, dengan hasil ditunjukkan $t_{hitung} 2,589 > t_{tabel} 2,032$ dan nilai signifikan $0,014 < 0,05$.
5. Penggunaan Sosial Media berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap minat berwirausaha, dengan hasil ditunjukkan $t_{hitung} 2,710 > t_{tabel} 2,032$ dan nilai signifikan $0,010 < 0,05$.
6. Faktor kepribadian, kreativitas, tingkat pendidikan, lingkungan keluarga, dan penggunaan sosial media berpengaruh secara simultan terhadap minat berwirausaha, dengan hasil nilai signifikansi $0,004 < 0,05$. serta nilai $F_{hitung} 4,233 > F_{tabel} 2,49$.

B. Saran

Berdasarkan hasil pengujian dalam penelitian ini, penulis memberikan saran kepada pedagang dan peneliti selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Bagi pedagang berdasarkan hasil penelitian ini, diharapkan agar kreativitas yang dimiliki saat ini semakin dikembangkan untuk menjadi kualitas daya saing dengan pedagang lainnya, menjadi semakin terlatih kemandirian, ketekunan dalam mengembangkan usaha yang ada dan membuktikan bahwa latar belakang pendidikan bukan menjadi penghambat untuk menjadi seorang wirausaha yang sukses melainkan menjadi motivasi bagi orang-orang disekitar untuk menjadi wirausaha dengan belajar terus menerus melakukan inovasi dan kreativitas dengan memanfaatkan kemajuan teknologi saat ini. Semakin memanfaatkan sosial media sebagai wadah belajar dan pemasaran terhadap usaha yang di jalankan saat ini.
2. Bagi peneliti selanjutnya disarankan dapat mengembangkan penelitian ini, menjadikan penelitian ini sebagai referensi penelitian dengan meneliti variabel-variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini. Memperluas sampel penelitian atau menggunakan metodologi yang lain guna menambah wawasan dan diharapkan peneliti selanjutnya melengkapi kekurangan dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Alma, Buchari.(2013).*Kewirausahaan Untuk Mahasiswa Dan Umum*.Bandung: Alfabeta.
- _____.(2015).*Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*.Bandung: Alfabeta.
- Conny, Semiawan.(2010).*Pendidikan Keluarga Dalam Era Global*. Jakarta: Pt Preenhalindo.
- Feist, Jess Gregori J.Feist.2010.*Teori Kepribadian*.Edisi Ketujuh.Jakarta: Salemba Humanika
- Hisrich, R. D., Michael P. P., Dan Dean A. S.(2005).*Entrepreneurship 6th*. Ed. New York : Mcgraw-Hill
- Kasmir.(2011). *Kewirausahaan*.Jakarta:Rajagrafindo Persada.
- Kuncoro, Mudrajad.(2013). *Metode Riset Untuk Bisnis Dan Ekonomi : Bagaimana Meneliti Dan Menulis Tesis?*. Jakarta: Erlangga (Edisi Keempat).
- Machfoedz, M.(2013).*Pengantar Pemasaran Modern*. Akademi Manajemen Pemasaran Ypkpn, Yogyakarta.
- Manullang M, Pakpahan M.(2014). *Metodologi Penelitian, Proses Peneliti Praktis*. Bandung: Cita Pustaka Media.
- Mudyahardjo, Redja.(2012). *Pengantar Pendidikan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Pandji Anogara.(2009). *Psikologi Kerja*. Jakarta: Rineka Cipta
- Nasrullah Rulli.(2015).*Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sioteknologi*. Bandung: Pt Remaja Rosdakarya.
- Rusiadi, Dkk (2013). *Metode Penelitian*. Medan: Usu Press.
- Sjarkawi.(2006). *Pembentukan Kepribadian Anak*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Slamet, Franky Dkk.(2016). *Dasar – Dasar Kewirausahaan Teori Dan Praktik*. Jakarta: Penerbit Indeks
- Slameto.(2010). *Belajar Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya*.Jakarta: Rineka Cipta.
- Sukardi.(2004). *Psikologi Pemilihan Karier*. Jakarta: Rineka Cipta
- Soemanto, Wasty.(2008). *Pendidikan Wiraswasta*. Jakarta: Pt Bumi Aksara.

Suryana.(2017). *Kewirausahaan: Pedoman Praktis, Kiat Dan Proses Menuju Sukses*. Bandung: Salemba Empat.

Thomas W Zimmerer, Norman M Scarborough.(2016). *Kewirausahaan Dan Manajemen Usaha Kecil*. Jakarta: Salemba Empat

JURNAL

Adhitama, Paulus. (2014).*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Undip, Semarang)*. *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis: Universitas Diponegoro Semarang*.

Adhimursandi, Doddy. (2016). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Kewirausahaan*. *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Mulawarman, Indonesia. Jurnal Ekonomi Dan Manajemen, Volume 13, (1), 2016*.

Alfaruk, M. H.(2017). *Pengaruh Pemanfaatan Sosial Media, Motivasi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Di Universitas Muhammadiyah Sidoarjo*. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*. 4(2),164-172.

Afriani, Gusti Leni.(2015). *Pengaruh Persepsi Siswa Tentang Metode Guru Dalam Mengajar, Jiwa Kewirausahaan, Dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Kelas Xi Akuntansi Smk Negeri 1 Depok Tahun Ajaran 2014/2015*. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.Basrowi.(2011). *Kewirausahaan Untuk Perguruan Tinggi*.Bogor: Ghalia Indonesia

Anwar, Y., Zarzani, T. R., Halawa, F., & Fauzi, T. M. (2021). Enhance Of Legal Protection The Health Outsourcing Workers In Health Law Number 36 Of 2009. *Budapest International Research And Critics Institute (Birci-Journal): Humanities And Social Sciences*, 4(3), 4685-4696.

Indrawan, M. I. (2021). Antecedent Kebijakan Hutang Pada Perusahaan Property Dan Real Estate Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jumant*, 12(1), 245-251.

Fitrianto, B., Zarzani, T. R., & Simanjuntak, A. (2021). Analisa Ilmu Hukum Terhadap Kajian Normatif Kebenaran Dan Keadilan. *Soumatara Law Review*, 4(1), 93-103.

Leffy Ayu Wulandari. (2020). *Pengaruh Lingkungan Keluarga, Motivasi Berwirausaha Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis. Universitas Jember Angkatan 2016 Dan 2017*. *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jember*

- Istinganah, Nur Fajar, And Widiyanto Widiyanto. *Pengaruh Modal Usaha, Tingkat Pendidikan, Dan Karakteristik Wirausaha Terhadap Perkembangan Ukm*. *Economic Education Analysis Journal* 9.2 (2020): 438-455.
- Imtihan Dan Nazaruddin.(2017). *Analisis Tingkat Pendidikan Dan Pendapatan Dalam Upaya Pengembangan Umkm Di Kota Padang*. *Universitas Nahdlatul Ulama Sumatera Barat*. Volume 1 Issue 1 April 2017 E-Issn: 2549-9807 P-Issn: 1412-3290
- Kurniawan, A., Khafid, M., & Pujiati, A.(2016). *Pengaruh Lingkungan Keluarga, Motivasi Dan Kepribadian Terhadap Minat Berwirausaha Melalui Self Efficacy*. *Journal Of Economic Education*. 5(1), 100-109.
- Merdekawaty, Ani & Ismawati.(2016). *Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Universitas Samawa Sumbawa Besar 2016*. Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Samawa Isbn 978-602-61182-0-2
- Murniati, M., Sulisty, S., & Yudiono, U.(2019). *Pengaruh Kepribadian, Pengetahuan Kewirausahaan, Kreativitas, Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha*. *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi*, 4(2).
- Mahamani, Estu & Bida Sari.(2018). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Persada Indonesia Y.A.I. Ikraith-Humaniora*, Vol. 2, No. 2.
- Nurikasari, Farah.(2016). *Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Kreativitas, Dan Motivasi Berwirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Kanjuruhan Malang*. *Jurnal. Malang*. Universitas Kanjuruhan Malang.
- Pramono, C., Hamranani, S. S. T., & Sanjaya, M. Y. (2019). Pengaruh Teknik Relaksasi Otot Progresif Terhadap Tingkat Kecemasan Pasien Hemodialisa Di Rsud Wonosari. *Jurnal Ilmu Keperawatan Medikal Bedah*, 2(2), 22-32.
- Pujiastuti, E. E. 2013. *Pengaruh Kepribadian Dan Lingkungan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Usia Dewasa Awal*. *Jurnal Buletin Ekonomi*, Vol. 11.No.1.Hal: 1-86.
- Rahayu, Eswanto Sugeng, & Siti Laela.(2018). *Pengaruh Minat Berwirausaha Dan Penggunaan Sosial Media Terhadap Kewirausahaan Mahasiswa*. *Jurnal Pengembangan Wiraswata* Vol. 20 No. 03.

INTERNET

<https://www.bps.go.id/pressrelease/2019/05/06/1564/februari-2019--tingkat-pengangguran-terbuka--tpt--sebesar-5-01-persen.html> Diakses Pada 13 September 2020 Pukul 22.00 Wib.