

**FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT
BERWIRAUSAHA PADA GENERASI Z DI ERA DIGITALISASI
DIKOTA TANJUNG SELOR**

SKRIPSI



Disusun Oleh:

**Selvana Yulianti
NPM. 202141013**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KALTARA
TANJUNG SELOR
TAHUN 2025**

**FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT
BERWIRAUSAHA PADA GENERASI Z DI ERA DIGITALISASI
DIKOTA TANJUNG SELOR**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Ujian Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi**

Oleh:

Selvana Yulianti

NPM.202141013



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KALTARA
TANJUNG SELOR
TAHUN 2025**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Minat
Berwirausaha Pada Generasi Z Di Era
Digitalisasi Di Kota Tanjung Selor

Nama Mahasiswa : Selvana Yulianti

NPM : 202141013

Fakultas : Ekonomi

Program Studi : Manajemen

Tim Penguji Skripsi:

Pembimbing



Dewi Qomariah Imelda, M.M. Ak
NIDN : 11.050573.02

Penguji 1



Rina Sri Wahyuni, S.E., M.Acc
NIDN: 11.200183.03

Penguji 2



Ika Niswatin Budiarti, S.Psi., M.M
NIDN: 11.080189.03

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi



Dewi Qomariah Imelda, M.M. Ak
NIDN: 11.050573.02

Ketua Jurusan Manajemen



Dedik Wiryawan, S.T., M.M
NIDN: 11.191179.01

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa:

skripsi yang berjudul

**FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT
BERWIRAUSAHA PADA GENERASI Z DI ERA DIGITALISASI
DIKOTA TANJUNG SELOR**

Yang disusun oleh Selvana Yulianti, NPM. 202141013

Telah disetujui dan dipertahankan di depan Dewan Penguji

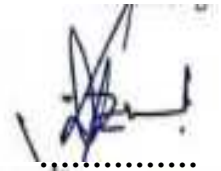
Pada tanggal 10 Juli 2025

TIM PENGUJI

Pembimbing : **Dewi Qomariah Imelda, M.M. Ak**
NIDN : 11.050573.02

Penguji 1 : **Rina Sri Wahyuni, S.E., M.Acc**
NIDN: 11.200183.03

Penguji 2 : **Ika Niswatin Budiarti, S.Psi., M.M**
NIDN : 11.080189.03



Dekan Fakultas Ekonomi

Ketua Jurusan Manajemen



Dewi Qomariah Imelda, M.M. Ak
NIDN : 11.050573.02



Dedik Wiryawan, S.T., M.M
NIDN : 11.191179.01

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa di dalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia Skripsi dan Gelar Sarjana atas nama saya dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Tanjung Selor, 10 Juli 2025

Mahasiswa

A handwritten signature in black ink is written over a yellow 10,000 Rupiah postage stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text '10000', 'KEPOS', and 'REPUBLIK INDONESIA'. The signature is fluid and cursive.

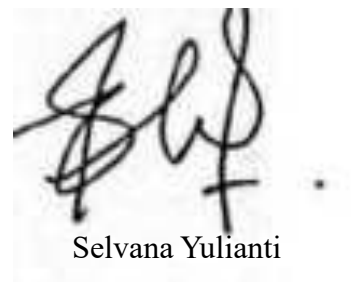
Selvana Yulianti

RIWAYAT HIDUP

Selvana Yulianti, yang lahir pada tanggal 12 Juli 2003 di Tanjung Selor, merupakan putri kedua dari Bapak Hamid Yusuf dan Ibu Jumiati. Memulai Pendidikan tingkat taman kanak-kanak di Raudhatul Athfal Al Ikhlas Tanjung Selor dan lulus pada Tahun 2009. Pada Tahun yang sama melanjutkan tingkat dasar di SDN 010 Tanjung Selor dan lulus pada tahun 2015. Pada tahun yang sama melanjutkan Pendidikan sekolah menengah pertama di SMP N 7 Tanjung Selor, dan lulus pada tahun 2018. Kemudian melanjutkan Pendidikan sekolah tingkat atas di SMAN 1 Tanjung Selor Kalimantan Utara dan berhasil menyelesaikan sekolah pada tahun 2021. Setelah tamat sekolah pada tahun 2021 berhasil masuk diperguruan tinggi Universitas Kaltara Tanjung Selor dengan memilih Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen.

Tanjung Selor, 10 Juli 2025

Mahasiswa



Selvana Yulianti

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirrobbil al amin segala puji dan syukur Penulis haturkanatas kehadiran Allah SWT karena berkat rahmat dan hidayah-Nya skripsi ini dapat terselesaikan. Secerca Karya Kecilku Ini Kupersembahkan Kepada :

Ayahanda Tersayang Hamid Yusuf Dan Ibunda Jumiaty telah melahirkan penulis ke dunia ini dan telah membesarkan serta merawat penulis dengan penuh cinta dan kasih sayang dan yang selalu tak henti-henti nyamendoakan penulis Serta keluarga besar yang saya cintai Yang Telah Memberikan Do'a Terbaik dan Dukungan Untukku

Bapak Majid dan Almarhumah Ibu Salmiah yang telah penulis anggap sebagai orang tua kedua penulis. Terimakasih atas kasih sayang, perhatian dan doa yang tak henti-henti.

Kakakku Selvi Novianty, S.Kep yang selalu menjadi penyemangat dalam setiap langkahku. terimakasih atas doa dan dukungannya.

Sahabat sedari SMP ku Yulia iriawanti dan Nursifa, yang telah support penulis dan meyemangati sampai saat ini. Terimakasih telah menjadi pelipur lara, penambah tawa dan penguat langkah

Sahabat-sahabatku Nurul Atiqah, dan Renita terimakasih telah hadir di masa perkuliahan dan tak henti-henti nya mensupport dan menyemangati penulis hingga detik ini dan selalu menemani disaat suka maupun duka yang telah berjuang bersama dari semester 1 sampai sekarang

Temen-Teman Satu Almamaterku Terkhusus Sahabat-Sahabatku Angkatan 2021 Fakultas Ekonomi Universitas Kaltara Tanjung Selor

KATA PENGANTAR

Bismillaahirrahmaanirrahim,

Alhamdulillah Puji dan syukur penulis limpahkan kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat, hidayah, petunjuk, pengetahuan, serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan lancar. Shalawat serta salam penulis junjungkan kepada junjungan kita Nabi Agung Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kita dari jaman kejahiliyahan menuju jalan terang benderang ini.

Penulisan skripsi dengan judul **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BERWIRAUSAHA PADA GENERASI Z DI ERA DIGITALISASI DI KOTA TANJUNG SELOR** Skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Kaltara.

Skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, keluarga, dosen dan teman-teman yang ikhlas memberikan bantuan secara moril maupun materil. Dengan tulus dan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Dr. Didi Andriansyah, S.TP., M.M selaku Rektor Universitas Kaltara Tanjung Selor.
2. Ibu Dewi Qomariah Imelda., S.E., M.M. Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Kaltara sekaligus Dosen Pembimbing yang selalu membimbing dan mengawal penulis sampai tahap ini.

3. Bapak Dedik Wiryawan, ST., M.M selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kaltara.
4. Seluruh dosen dan staf akademik Fakultas Ekonomi Universitas Kaltara yang telah memberikan bantuan fasilitas selama penulis mengikuti pendidikan.
5. Orang tua penulis, Bapak Hamid Yusuf dan Ibu Jumiati yang telah melahirkan, merawat, membesarkan, dan mendidik penulis dengan penuh cinta dan pengorbanan yang tiada henti.
6. Saudari terkasih kakak Selvi Novianty, S.Kep dan Selvina Yulianti yang selalu menjadi tempat berbagi cerita, keluh kesah dan tawa
7. Sahabat tercinta Yulia Iriawanti dan Nursifa yang telah hadir sejak masa putih biru dan selalu menjadi tempat berbagi tawa dan cerita. Terimakasih sudah tumbuh bersama hingga titik ini
8. Sahabat seperjuangan, Nurul Atiqah yang selalu setia membantu dan menemani penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Dukungan, bantuan dan semangatmu sangat berarti dalam setiap prosesnya.
9. Saudari Renita yang telah hadir dan menemani penulis selama masa perkuliahan. kebersamaan, tawa, dan dukunganmu menjadi bagian berharga dalam perjalanan ini.
10. Seluruh responden yang telah membantu mengisi kuesioner yang diberikan oleh peneliti. Semoga bantuan yang diberikan oleh semua pihak mendapat balasan dari Allah SWT.

11. Pihak Sprindakop Kabupaten Bulungan yang telah membantu penulis dalam pemberian data dan informasi yang sangat berharga demi kelancaran penelitian ini.
12. Serta seluruh pihak yang membantu dalam proses penyusunan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Atas segala bantuan, motivasi, bimbingan, dan juga pengarahan yang telah diberikan semoga mendapatkan balasan dari Allah SWT. Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penulisan ini, dan penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari para pembaca demi kesempurnaan skripsi ini.

Demikian skripsi ini disusun dan semoga apa yang penulis sajikan dapat bergunabagu penulis maupun bagi para pembaca untuk menambah bekal ilmu pengetahuan bagi kita semua.

Tanjung Selor, 10 Juli 2025

SELVANA YULIANTI

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Pada Generasi Z di era Digitalisasi Di Kota Tanjung Selor.

Jenis Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan analisis regresi linier berganda. Sampel dalam penelitian ini merupakan sampel *Purposive Sampling* dengan jumlah 50 orang. Teknik analisis data meliputi analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda dengan uji t, uji f, dan uji determinasi melalui program SPSS versi 23.

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa pengaruh motivasi terhadap minat berwirausaha pada Generasi Z di Kota Tanjung Selor dinilai oleh mayoritas responden tergolong baik. Secara parsial, motivasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha, yang berarti apabila tingkat motivasi seseorang meningkat, maka minat untuk berwirausaha pada Generasi Z juga akan meningkat. Self-efficacy dinilai oleh mayoritas responden tergolong cukup baik, namun secara parsial self-efficacy memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat berwirausaha pada Generasi Z. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan self-efficacy tidak secara langsung memengaruhi peningkatan minat berwirausaha. Dukungan keluarga terhadap minat berwirausaha dinilai cukup baik oleh responden, dan secara parsial dukungan keluarga memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap minat berwirausaha. Artinya, meskipun dukungan keluarga meningkat, hal tersebut belum tentu secara langsung meningkatkan minat berwirausaha pada Generasi Z. Sementara itu, lingkungan sosial dinilai oleh mayoritas responden sebagai faktor yang cukup beragam, dan secara parsial lingkungan memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat berwirausaha. Hal ini menunjukkan bahwa perubahan dalam lingkungan sosial tidak memiliki dampak yang berarti terhadap minat Generasi Z untuk berwirausaha. Hasil uji F menunjukkan bahwa motivasi, self-efficacy, dukungan keluarga, dan lingkungan sosial secara simultan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha pada Generasi Z di Kota Tanjung Selor. Artinya, apabila seluruh faktor tersebut ditingkatkan secara bersama-sama, maka minat berwirausaha juga akan meningkat secara signifikan.

Kata Kunci: Motivasi, *Self Efficacy*, Dukungan Keluarga, Lingkungan Sosial, Minat Berwirausaha

ABSTRACT

among Generation Z in the digital era in Tanjung Selor City.

This research is quantitative and employs a multiple linear regression analysis approach. The sample used was purposive sampling, with 50 participants. Data analysis techniques included descriptive analysis and multiple linear regression analysis with t-tests, f-tests, and determination tests using SPSS version 23.

The results indicate that the majority of respondents considered motivation to have a positive effect on entrepreneurial interest among Generation Z in Tanjung Selor City. Partially, motivation has a positive and significant effect on entrepreneurial interest, meaning that increasing motivation will also increase entrepreneurial interest among Generation Z. Self-efficacy was rated as quite good by the majority of respondents, but partially, self-efficacy had a negative and insignificant effect on entrepreneurial interest among Generation Z. This indicates that increasing self-efficacy does not directly influence entrepreneurial interest. Respondents rated family support for entrepreneurial interest as quite good, and partially family support had a positive but insignificant influence on entrepreneurial interest. This means that even if family support increases, it does not necessarily directly increase entrepreneurial interest in Generation Z. Meanwhile, the social environment was considered by the majority of respondents as a fairly diverse factor, and partially the environment had a negative and insignificant influence on entrepreneurial interest. This indicates that changes in the social environment do not have a significant impact on Generation Z's interest in entrepreneurship. The results of the F test showed that motivation, self-efficacy, family support, and the social environment simultaneously had a positive and significant influence on entrepreneurial interest in Generation Z in Tanjung Selor City. This means that if all these factors are increased together, entrepreneurial interest will also increase significantly.

Keywords: Motivation, Self-Efficacy, Family Support, Social Environment, Interest in Entrepreneurship

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
RIWAYAT HIDUP.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	ix
<i>ABSTRACT</i>.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	7
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Manfaat Penelitian	8
1.5. Batasan Penelitian.....	9
BAB II LANDASAN TEORI	10
2.1. Manajemen Sumber Daya Manusia	10
2.1.1. Pengertian Manajemen Sumber Daya Manusia.....	10
2.1.2. Fungsi-Fungsi Manajemen Sumber Daya Manusia.....	11
2.1.3. Tujuan Manajemen Sumber Daya Manusia.....	13

2.2. Minat Berwirausaha	15
2.2.1. Pengertian Minat Berwirausaha.....	15
2.2.2. Indikator Minat Berwirausaha	17
2.3. Motivasi	18
2.3.1. Pengertian Motivasi	18
2.3.2. Teori Motivasi.....	20
2.3.3. Unsur-unsur Motivasi dalam Berwirausaha.....	21
2.3.4. Jenis-jenis Motivasi	23
2.3.5. Faktor Yang Mempengaruhi Motivasi dalam Minat Berwirausaha	24
2.3.6. Indikator Motivasi.....	24
2.4. <i>Self Efficacy</i>	25
2.4.1. Pengertian <i>Self Efficacy</i>	25
2.4.2. Aspek- Aspek <i>Self Efficacy</i>	27
2.4.3. Ciri-Ciri Orang dengan <i>Self Efficacy</i>	28
2.4.4. Cara Melatih <i>Self Efficacy</i>	28
2.4.5. Indikator <i>Self Efficacy</i>	30
2.5. Dukungan Keluarga	31
2.5.1. Pengertian Dukungan Keluarga	31
2.5.2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Dukungan Keluarga.....	33
2.5.3. Indikator Dukungan Keluarga.....	34
2.6. Lingkungan Sosial	35
2.6.1. Pengertian Lingkungan Sosial	35

2.6.2. Indikator Lingkungan Sosial.....	37
2.7. Generasi Z.....	37
2.7.1. Pengertian Generasi Z	37
2.8. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).....	38
2.9. Penelitian Terdahulu	40
2.10. Hubungan Antara Variabel dan Hipotesis	46
2.11. Kerangka Konseptual.....	49
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	51
3.1. Jenis Penelitian	51
3.2. Lokasi dan Waktu penelitian.....	51
3.3. Populasi dan Sampel.....	52
3.3.1. Populasi	52
3.3.2. Sampel.....	53
3.4. Metode Pengumpulan Data.....	53
3.5 .Definisi Operasional Variabel.....	54
3.6. Sumber Data	57
3.7. Instrumen Penelitian	58
3.7.1. Uji Validitas	58
3.7.2. Uji Reabilitas	59
3.8. Metode Analisis Data.....	59
3.8.1. Uji Asumsi Klasik	60
3.9. Analisis Regresi Linear Berganda	62

3.10. Uji Hipotesis	63
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	66
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	66
4.2. Karakteristik Responden	68
4.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usaha.....	68
4.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	70
4.2.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	71
4.2.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha.....	72
4.2.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .	74
4.2.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Usaha Generasi Z	76
4.3. Hasil Uji Instrumen Penelitian.....	76
4.3.1. Uji Validitas	77
4.3.2. Uji Reabilitas	79
4.4. Analisis Deskripsi Variabel Penelitian	80
4.4.1. Deskripsi Variabel Motivasi.....	81
4.4.2. Deskripsi Variabel <i>Self Efficacy</i>	83
4.4.3. Deskripsi Variabel Dukungan Keluarga.....	85
4.4.4. Deskripsi Variabel Lingkungan Sosial.....	87
4.4.5. Deskripsi Variabel Minat Berwirausaha	89
4.5. Uji Asumsi Klasik	91
4.5.1. Uji Normalitas.....	91
4.5.2. Uji Multikolinearitas	93

4.5.3. Uji Heteroskedastisitas	95
4.6. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	96
4.7. Hasil Uji Hipotesis	98
4.7.1. Uji t (Parsial).....	98
4.7.2. Uji f (Simultan).....	103
4.7.3. Koefisien Korelasi dan Determinasi	104
4.8. Pembahasan.....	105
4.8.1. Pengaruh Motivasi Secara Parsial Terhadap Minat Berwirausaha	105
4.8.2. Pengaruh <i>Self Efficacy</i> Secara Parsial Terhadap Minat Berwirausaha	107
4.8.3. Pengaruh Dukungan Keluarga Secara Parsial Terhadap Minat Berwirausaha	109
4.8.4. Pengaruh Lingkungan Sosial Secara Parsial Terhadap Minat Berwirausaha	110
4.8.5. Pengaruh Motivasi, <i>Self Efficacy</i> , Dukungan Keluarga dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Berwirausaha.....	112
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	114
5.1. Kesimpulan	114
5.2. Saran	115
DAFTAR PUSTAKA.....	116
LAMPIRAN.....	121

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian Candra Wijayangka (2018).....	41
Tabel 2.2. Peneltian Aisyah Khatami (2021)	42
Tabel 2.3. Penelitian kezia Setia Budi (2019)	43
Tabel 2.4. Penelitian Mexano Hans Gerry (2024).....	44
Tabel 2.5. Penelitian Dian Indra Maulida (2023).....	45
Tabel 3.1. Rencana Jadwal Kegiatan Penelitian Skripsi	52
Tabel 3.2. Definisi Operasional Variabel	54
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usaha	68
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	70
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	71
Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha	73
Tabel 4.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	74
Tabel 4.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Usaha Gen Z..	76
Tabel 4.7. Hasil Uji Validitas	77
Tabel 4.8. Hasil Uji Reabilitas	79
Tabel 4.9. Tabel Nilai dan Predikat	80
Tabel 4.10. Deskripsi Variabel Motivasi	81
Tabel 4.11. Deskripsi Variabel <i>Self Efficacy</i>	83
Tabel 4.12. Deskripsi Variabel Dukungan Keluarga	86
Tabel 4.13. Deskripsi Variabel Lingkungan Sosial	88
Tabel 4.14. Deskripsi Variabel Minat Berwirausaha.....	89
Tabel 4.15. Nilai Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	93
Tabel 4.16. Hasil Uji Multikolinearitas.....	94
Tabel 4.17. Hasil Uji Heteroskedastisitas	95
Tabel 4.18. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	96

Tabel 4.19. Uji Parsial (Uji t)	99
Tabel 4.20. Uji Simultan (Uji f)	103
Tabel 4.21. Uji Korelasi dan Determinasi	105

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Hasil Wawancara Responden UMKM Gen Z di Tanjung Selor..	3
Gambar 2.1. Kerangka Konseptual	50
Gambar 4.1. Gambar Usaha	67
Gambar 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usaha	69
Gambar 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	70
Gambar 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	72
Gambar 4.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha	73
Gambar 4.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	75
Gambar 4.7. Uji Normalitas	92
LAMPIRAN-LAMPIRAN	121

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menurut UU No. 20 Tahun 2008 Pasal 1 ayat (1) Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang ini. Standarisasi usaha mikro yaitu memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.

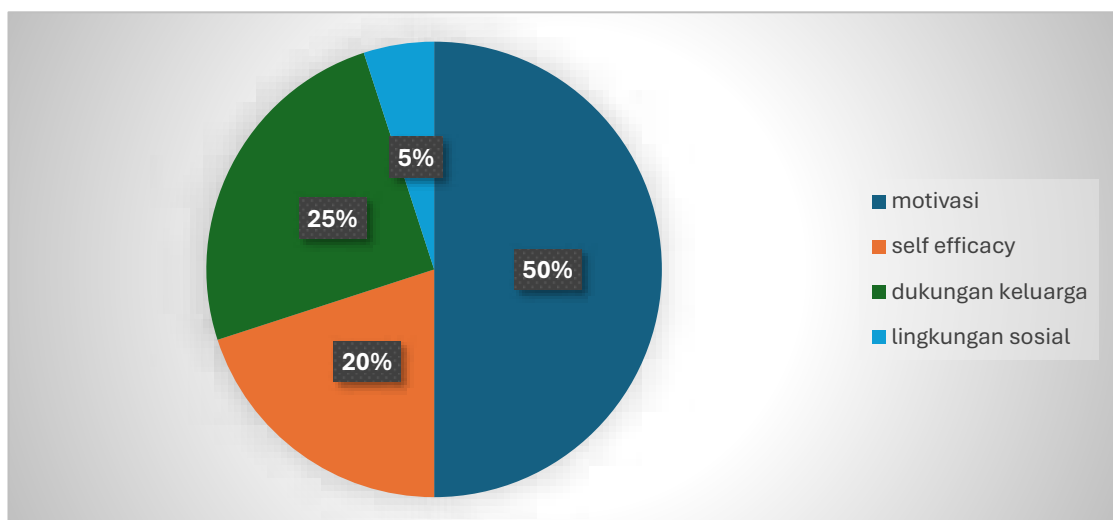
Era digitalisasi telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam dunia kewirausahaan. Salah satu kelompok yang paling terdampak oleh digitalisasi menurut Barhate dan Dirani (2022) adalah Generasi Z yang lahir pada tahun 1995-2012. Dalam beberapa tahun terakhir, telah muncul fenomena menarik di kalangan generasi muda, khususnya Generasi Z, yaitu semakin hari meningkatnya ketertarikan mereka terhadap dunia wirausaha. Generasi Z mulai menunjukkan minat yang tinggi dalam menjalankan berbagai jenis usaha, mulai dari usaha makanan, minuman, dan lainnya. Peneliti melihat bahwa jika sebelumnya mayoritas pelaku Usaha didominasi oleh kalangan ibu-ibu yang menjual makanan, membuka salon, atau menjalankan usaha sembako, kini semakin banyak pelaku UMKM berasal dari Generasi Z yang memutuskan untuk mengembangkan usaha sendiri sebagai bentuk kemandirian. Serta memanfaatkan platform digital untuk menciptakan peluang baru seperti mengasah kemampuan SDM Gen Z.

Tanjung Selor, sebagai ibu kota Kalimantan Utara, memiliki potensi besar untuk berkembang menjadi pusat pertumbuhan ekonomi baru di Indonesia. Dengan kehadiran Gen Z usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Tanjung Selor dengan usia yang relatif muda, banyak dari Gen Z telah mulai merintis usaha dengan memanfaatkan teknologi digital sebagai alat utama dalam menjalankan bisnis dengan mampu memanfaatkan platform digital untuk menciptakan peluang baru seperti kemampuan SDM dalam menghasilkan konten kreatif dengan membuat video pendek, foto yang menarik dan *Story telling* yang dapat menarik perhatian. Dengan adanya Digitalisasi memungkinkan Generasi Z untuk memperoleh informasi tentang bisnis dengan lebih cepat dan mudah. Gen Z dapat mengakses berbagai sumber belajar untuk mengembangkan keterampilan dan pengetahuan mereka dalam bidang kewirausahaan. sehingga Generasi Z dikenal dengan kreativitas, kemampuan adaptasi terhadap teknologi dan cenderung lebih terbuka terhadap inovasi yang membuat Generasi Z dapat menjadi penggerak utama dalam membantu pertumbuhan perekonomian masyarakat dan juga pendapatan daerah. Dilihat dari minat berwirausaha Generasi Z yang ada di Tanjung Selor banyak dari mereka yang terjun ke bidang usaha seperti Cafe, makanan, minuman, kedai shop, olshop dan lain sebagainya.

Menurut Mat et al. (2016), minat berwirausaha bukan hanya sekadar keinginan, tetapi merupakan dorongan yang disertai dengan tindakan nyata, seperti keterlibatan langsung dalam aktivitas usaha. peneliti memilih responden yang sudah menjadi pelaku usaha dari kalangan Generasi Z. Hal ini didasari oleh pertimbangan bahwa Gen Z yang sudah memulai usaha sebelumnya pasti pernah

berada pada tahap minat, dan keberhasilan mereka memulai usaha menjadi cerminan bahwa minat tersebut telah berkembang dan terealisasi.

Dan Adapun fenomena yang ditemukan maka peneliti ingin mengetahui semakin mendalam apa faktor yang mempengaruhi Gen Z untuk melakukan minat berwirausaha ini. sehingga Untuk memperkuat hasil observasi, maka peneliti mengajukan satu pertanyaan yaitu: Apa faktor yang mempengaruhi Gen Z berminat dalam menjalankan wirausaha. Dalam hal ini adalah para pelaku UMKM Gen z yaitu sebanyak 20 Orang.



Sumber: Penelitian Awal 2025

Gambar 1.1
Hasil wawancara responden UMKM Generasi Z di Tanjung Selor

Dan adapun hasil observasi awal peneliti menemukan beberapa faktor-faktor yang dapat mempengaruhi minat berwirausaha pada generasi Z di era digitalisasi yang ada di Tanjung Selor di antaranya Motivasi, *Self-efficacy*, Dukungan keluarga dan Lingkungan Sosial. Dari pengamatan dan observasi yang dilakukan oleh peneliti di lapangan, ditemukan bahwa pelaku UMKM terdiri dari

berbagai kelompok usia. Secara umum, mayoritas pelaku UMKM berada dalam rentang usia 18-21 tahun, dengan persentase sekitar 55%, sedangkan 22-25 tahun mencakup sekitar 15%. Sementara itu, pelaku UMKM berusia 26-30 sekitar 30%.

Sehingga dari hasil jawaban awal responden pada gambar diatas, dapat dilihat bahwa pelaku UMKM Generasi Z di Tanjung Selor menyatakan bahwa sebanyak 50% menyatakan Motivasi merupakan salah satu hal yang mempengaruhi perilaku manusia. Motivasi disebut juga sebagai pendorong, keinginan, pendukung atau kebutuhan-kebutuhan yang dapat membuat seseorang bersemangat dan termotivasi untuk mengurangi serta memenuhi dorongan diri sendiri, Semakin kuat motivasi yang dimiliki, semakin besar pula Gen Z untuk berani mengambil langkah dalam membangun dan mengembangkan bisnis di era digital ini. Konsistensi dan ketekunan adalah dua hal yang sangat penting dalam dunia wirausaha. Kesuksesan tidak selalu datang dari ide bisnis yang paling inovatif, tetapi dari mereka yang mampu bertahan, belajar dari kegagalan, dan terus mengembangkan usahanya. Namun, dalam penelitian ini juga ditemukan beberapa permasalahan yang mempengaruhi minat berwirausaha, khususnya di kalangan Generasi Z. Salah satu faktor yaitu motivasi dimana Gen Z tumbuh di era digitalisasi yang serba cepat dan instan. Teknologi telah memberikan kemudahan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam mengakses informasi dan peluang usaha. Namun, di balik keunggulan ini, ada tantangan besar yang sering dihadapi oleh generasi ini saat memulai bisnis, yaitu rasa bosan dan ketidaksabaran dalam menunggu hasil, karena Gen Z cenderung memiliki harapan tinggi terhadap hasil yang cepat. Ketika usaha tidak langsung menghasilkan keuntungan besar dan tidak sesuai yang diharapkan,

rasa bosan dan ketidakpuasan bisa muncul. Akibatnya, banyak yang memilih untuk berhenti atau beralih ke usaha lain, seperti mengikuti tren tanpa memberi cukup waktu untuk berkembang. Mengikuti tren memang bisa menjadi strategi bisnis yang bagus, tetapi jika terlalu sering berpindah usaha tanpa komitmen yang kuat, maka akan sulit untuk mencapai kesuksesan jangka panjang.

Kemudian 20% menyatakan *Self efficacy* merupakan faktor yang mendorong Generasi Z berwirausaha, karena *Self efficacy* memiliki peran yang sangat besar dalam membentuk minat berwirausaha pada Generasi Z. Dengan keyakinan diri yang kuat, Gen Z lebih berani mengambil risiko, dan mampu beradaptasi dengan perubahan yang terjadi di era digital. Pelaku usaha Generasi Z yang ada di Tanjung Selor saat ini cenderung percaya diri terhadap usaha mereka karena menganggap usaha yang dijalankan sudah menjadi trend dikalangan muda, sehingga Gen Z lebih fokus pada tujuan untuk memenuhi perekonomian keluarganya, dan mendorong keberanian untuk mencoba ide-ide baru dan berinovasi. Namun banyak dari Gen Z membuka usaha tanpa ada pengalaman sebelumnya, karena Gen Z lebih mudah terpengaruh oleh tren dan terjun ke dunia usaha hanya mengandalkan rasa percaya diri tanpa memiliki pengalaman atau pemahaman yang cukup tentang berwirausaha. Saat melihat usaha baru yang sedang viral atau tampak menguntungkan, mereka sering kali tergoda untuk ikut-ikutan tanpa melakukan analisis yang mendalam mengenai kelayakan bisnis tersebut. Gen Z sangat mudah beralih dari satu usaha ke usaha lain dengan harapan mendapatkan hasil yang lebih cepat dan lebih besar, tanpa menyadari bahwa kesuksesan dalam berwirausaha membutuhkan konsistensi, ketekunan, dan

pemahaman yang mendalam tentang berwirausaha. Oleh karena itu, penting bagi Gen Z untuk membangun usaha dengan lebih matang.

Selanjutnya 25% menyatakan dukungan keluarga merupakan faktor yang mendorong Generasi Z berwirausaha, bila keluarga secara positif memberikan dukungan yang baik maka mereka juga akan tertarik untuk berwirausaha. Niat berwirausaha juga dipengaruhi oleh dukungan keluarga karena sangat penting peranannya, keluarga akan mendidik, membimbing serta mengarahkan individu untuk siap dalam wirausaha nantinya. Sehingga dengan adanya dukungan keluarga membuat generasi Z percaya diri dalam minat berwirausaha. Sebagian Gen Z Minat berwirausaha karena Gen Z hanya meneruskan usaha dari orang tuanya. Keluarga juga bisa menjadi sumber pembiayaan awal untuk mendukung Gen Z membuka usahanya karena beberapa keluarga ingin anak-anak mereka berwirausaha seperti orang tuanya.

Dan 5% menyatakan lingkungan sosial merupakan faktor yang mendorong Generasi Z berwirausaha karena melihat keberadaan lingkungan sosial di tanjung selor memberikan peluang untuk memanfaatkan lingkungan sekitar, sebagai awal minat berwirausaha. Lingkungan sosial memainkan peran penting dalam membentuk minat berwirausaha pada Generasi Z. Sebagai generasi yang tumbuh dalam era digitalisasi, mereka sangat dipengaruhi oleh interaksi sosial, baik secara langsung maupun melalui platform digital. Karena generasi ini cenderung memperhatikan dan terinspirasi oleh apa yang terjadi disekitarnya. Oleh karena itu, menciptakan lingkungan yang mendukung kewirausahaan sangat penting untuk mendorong lebih banyak generasi muda agar berani mengambil langkah dalam

dunia bisnis. Dengan melihat wilayah Tanjung selor yang anak Generasi Z mulai memiliki usaha sendiri sehingga timbulnya keinginan berwirausaha dari lingkungan sosial. Namun adanya persaingan ketat dalam berwirausaha, karena dengan adanya lingkungan yang sudah dipenuhi oleh usaha serupa membuat Gen Z mencari cara baru yang membedakan usaha mereka dari yang lain.

Berdasarkan latar belakang dan fenomena diatas, maka peneliti tertarik mengambil judul “Faktor-Faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha pada Generasi Z di era digitalisasi (Studi kasus pada UMKM Generasi Z di Tanjung Selor)”.

1.2 Rumusan Masalah

Sesuai dengan identifikasi masalah yang telah dikemukakan diatas, maka penulis dapat mengemukakan rumusan masalah sebagai berikut:

- a. Apakah motivasi berpengaruh secara parsial terhadap minat berwirausaha pada Gen Z di era digitalisasi?
- b. Apakah *self efficacy* berpengaruh secara parsial terhadap minat berwirausaha pada Gen Z di era digitalisasi?
- c. Apakah dukungan keluarga berpengaruh secara parsial terhadap minat berwirausaha pada Gen Z di era digitalisasi?
- d. Apakah lingkungan sosial berpengaruh secara parsial terhadap minat berwirausaha pada Gen Z di era digitalisasi?

- e. Apakah motivasi, *self efficacy*, dukungan keluarga dan lingkungan sosial berpengaruh secara simultan terhadap minat berwirausaha pada Gen Z di era digitalisasi?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui Apakah motivasi berpengaruh secara parsial terhadap minat berwirausaha pada Gen Z di era digitalisasi.
- b. Untuk mengetahui Apakah *self efficacy* berpengaruh secara parsial terhadap minat berwirausaha pada Gen Z di era digitalisasi.
- c. Untuk mengetahui Apakah dukungan keluarga berpengaruh secara parsial terhadap minat berwirausaha pada Gen Z di era digitalisasi.
- d. Untuk mengetahui Apakah lingkungan sosial berpengaruh secara parsial terhadap minat berwirausaha pada Gen Z di era digitalisasi.
- e. Untuk mengetahui Apakah motivasi, *self efficacy*, dukungan keluarga, dan lingkungan sosial berpengaruh secara simultan terhadap minat berwirausaha pada Gen Z di era digitalisasi.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang akan diperoleh nantinya sebagai berikut:

- a. Bagi Penulis, diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan yang berkaitan dengan topik penelitian.
- b. Bagi akademis, diharapkan dapat menjadi tambahan informasi dan bahan perbandingan bagi peneliti lain yang meneliti pada bidang yang sama maupun khalayak umum menambah pengetahuan, dan referensi untuk peneliti selanjutnya mengenai topik – topik yang berkaitan, baik bersifat melanjutkan maupun melengkapi.
- c. Bagi pelaku usaha, mendapat potensi untuk mengembangkan diri, mendapat keuntungan, menyediakan kebutuhan masyarakat, dan nantinya menciptakan lapangan pekerjaan.

1.5 Batasan Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat batasan Penelitian yaitu pertama membatasi faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha dilihat dari MSDM nya, kedua penelitian ini dilakukan di Tanjung Selor, dan ketiga Objek penelitian ini hanya pada Generasi Z yang lahir pada tahun 1995 sampai 2012.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Manajemen Sumber Daya Manusia

2.1.1 Pengertian Manajemen Sumber Daya Manusia

Sumber Daya Manusia merupakan aset penting dan berperan sebagai faktor penggerak utama dalam pelaksanaan seluruh kegiatan atau aktivitas instansi, sehingga sudah semestinya aspek ini harus dikelola dengan baik melalui Manajemen Sumber Daya Manusia.

Menurut Ajabar (2020) Manajemen Sumber Daya Manusia merupakan kegiatan yang dicoba buat memicu, meningkatkan, memotivasi serta memelihara kinerja yang baik dalam organisasi.

Menurut Ni Kadek & John (2019) Manajemen Sumber Daya Manusia ialah proses menyampaikan tujuan organisasi lewat memanfaatkan manusia ataupun orang yang terdapat didalamnya. Individu ataupun karyawan yang dikelola supaya mempunyai kompetensi serta kemampuan bagus yang diperlukan dalam menunjang pekerjaannya.

Menurut Edison Emron, Dkk, (2020) Manajemen Sumber Daya Manusia adalah manajemen yang memfokuskan diri memaksimalkan diri memaksimalkan kemampuan karyawan atau anggotanya melalui berbagai langkah strategis dalam rangka meningkatkan kinerja pegawai/karyawan menuju pengoptimalan tujuan organisasi.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa Manajemen Sumber Daya Manusia adalah suatu proses strategis yang bertujuan untuk mengelola, memotivasi, dan meningkatkan kompetensi individu dalam organisasi guna mencapai tujuan organisasi. MSDM berfokus pada upaya memelihara kinerja yang baik dan memastikan bahwa setiap individu memiliki kemampuan yang sesuai untuk menunjang pekerjaan mereka secara efektif.

2.1.2 Fungsi-Fungsi Manajemen Sumber Daya Manusia

Adapun fungsi-fungsi manajemen sumber daya manusia menurut Hasibuan (2016) sebagai berikut:

a. Perencanaan

Perencanaan merupakan sesuatu yang merencanakan tenaga kerja secara efektif dan efisien untuk memenuhi kebutuhan perusahaan atau organisasi dalam membantu mencapai tujuannya.

b. Pengorganisasian

Pengorganisasian merupakan suatu kegiatan yang bertujuan untuk mengorganisasikan seluruh karyawan dengan menetapkan pembagian kerja, hubungan kerja, delegasi wewenang, integrasi dan koordinasi dalam bagan organisasi atau perusahaan.

c. Pengarahan

Pengarahan merupakan kegiatan yang mengarahkan seluruh karyawan agar mau bekerja sama dan bekerja secara efektif dan efisien untuk mencapai tujuan organisasi atau perusahaan, karyawan dan masyarakat.

d. Pengendalian

Pengendalian merupakan kegiatan mengendalikan seluruh karyawan agar mematuhi peraturan-peraturan organisasi atau perusahaan dan bekerja sesuai dengan rencana.

e. Pengadaan

Pengadaan merupakan proses penarikan, seleksi, penempatan, orientasi, dan induksi untuk mendapatkan karyawan yang sesuai kebutuhan perusahaan atau organisasi.

f. Pengembangan

Pengembangan merupakan suatu proses peningkatan keterampilan teknis, teoritis konseptual, dan moral karyawan melalui pendidikan dan pelatihan.

g. Kompensasi

Kompensasi merupakan pemberian uang atau barang langsung dan tidak langsung kepada karyawan sebagai imbalan atas jasa yang diberikan kepada perusahaan atau organisasi.

h. Pengintegrasian

Pengintegrasian merupakan kegiatan untuk menyatukan kepentingan perusahaan dan kebutuhan karyawan agar tercipta hubungan kerja sama yang harmonis dan saling menguntungkan.

i. Pemeliharaan

Pemeliharaan merupakan suatu kegiatan yang bertujuan untuk memelihara atau meningkatkan kondisi fisik maupun mental dan loyalitas karyawan agar mereka tetap mau bekerja sama sampai pensiun.

j. Kedisiplinan

Kedisiplinan adalah fungsi manajemen sumber daya manusia yang terpenting dan kunci untuk mencapai tujuan karena tanpa disiplin yang baik sulit untuk mencapai tujuan yang maksimal.

k. Pemberhentian

Pemberhentian merupakan pemutusan hubungan kerja seseorang dengan suatu perusahaan atau organisasi.

2.1.3 Tujuan Manajemen Sumber Daya Manusia

Menurut Hamali (2019) Tujuan Manajemen Sumber Daya Manusia bahwa manajemen sumber daya manusia mengandung empat tujuan sebagai berikut:

a. Tujuan Sosial

Tujuan sosial dari manajemen Sumber Daya Manusia adalah agar organisasi atau perusahaan bertanggung jawab secara sosial dan etis atas kebutuhan dan tantangan masyarakat dengan meminimalkan efek buruknya. Organisasi dan perusahaan diharapkan dapat meningkatkan kualitas masyarakat dan berkontribusi dalam memecahkan masalah sosial. Arti dari tujuan sosial dalam suatu perusahaan adalah untuk menambahkan tanggung jawab sosial pada tujuan perusahaan, atau tanggung jawab sosial perusahaan seperti program kebersihan lingkungan, proyek perbaikan lingkungan, program pelatihan dan pengembangan. Ini mensponsori berbagai kegiatan sosial serta gerakan organisasi. Perusahaan merupakan bagian integral dari kehidupan masyarakat, kontribusi perusahaan kepada masyarakat menunjukkan bahwa faktor-faktor

diluar organisasi mempengaruhi kegiatan dan kemajuan organisasi, masyarakat mengharapkan perusahaan dapat menyediakan jasa yang mereka butuhkan. Masyarakat mengharapkan perusahaan-perusahaan yang mencari laba tetap berpegang pada nilai-nilai dan norma sosial, masyarakat ingin semua perusahaan memperlakukan karyawan secara adil dan bijaksana.

b. Tujuan Organisasi

Tujuan organisasi adalah sasaran formal yang dibuat untuk membantu organisasi mencapai tujuannya. Sumber Daya Manusia meningkatkan efektivitas organisasi dengan cara sebagai berikut :

- 1) Menyediakan tenaga kerja yang terlatih dan ambisius
- 2) Gunakan tenaga kerja secara efisien dan efektif
- 3) Meningkatkan kualitas kerja dengan membuka kesempatan bagi karyawan untuk mewujudkan aktualisasi dari diri karyawan
- 4) Memberikan kesempatan kerja yang sama untuk semua, menyediakan lingkungan kerja yang sehat serta aman, dan melindungi hak-hak pekerja.
- 5) Sosialisasi kebijakan Sumber Daya Manusia kepada seluruh karyawan.

Kunci kelangsungan hidup organisasi terletak pada efektivitasnya dalam mengembangkan dan memanfaatkan keterampilan karyawannya dengan mencoba meminimalkan kelemahan mereka. Efektivitas suatu organisasi tergantung pada efektivitas bakatnya, tanpa adanya tenaga kerja yang kompeten perusahaan akan berjalan biasa saja

c. Tujuan Fungsional

Tujuan fungsional adalah tujuan untuk menjaga kontribusi Sumber Daya Manusia pada tingkat yang sesuai dengan kebutuhan organisasi. Sumber Daya Manusia harus meningkatkan manajemen Sumber Daya Manusia melalui nasihat yang baik, Sumber Daya Manusia semakin dituntut untuk dapat memberikan program rekrutmen dan pelatihan ketenagakerjaan, Sumber Daya Manusia harus mampu bertindak sebagai pemeriksa realitas ketika manajer mengajukan ide dan arahan baru.

d. Tujuan Individu

Tujuan individual merupakan tujuan pribadi setiap anggota atau perusahaan yang dicapai melalui kegiatan dalam organisasi. Jika tujuan pribadi dan tujuan perusahaan tidak sesuai karyawan dapat meninggalkan perusahaan, konflik antara tujuan bisnis dapat menyebabkan kinerja karyawan yang buruk, ketidakhadiran dan bahkan sabotase. Perusahaan diharapkan dapat memenuhi kebutuhan karyawan mengenai pekerjaannya. Karyawan bekerja secara efektif ketika tujuan pribadi mereka tercapai ditempat kerja. Pekerjaan Sumber Daya Manusia haruslah terfokus pada penyelarasan pengetahuan, keterampilan, kebutuhan, minat karyawan dan persyaratan kinerja Perusahaan.

2.2 Minat Berwirausaha

2.2.1 Pengertian Minat Berwirausaha

Menurut Achmad (2017) Minat Berwirausaha merupakan ketertarikan seseorang terhadap kegiatan bisnis yang memerlukan keberanian dalam mengambil

risiko untuk mendapatkan keuntungan. Seseorang yang berminat terhadap wirausaha menimbulkan langkah-langkah untuk menjadi wirausaha,

Minat berwirausaha menurut Aris Subandono dalam Mutia, (2022) merupakan keinginan alami individu untuk menciptakan sebuah usaha, yang kemudian diatur, dikembangkan, dan ditanggung risikonya oleh individu tersebut.

Menurut Zunaedy, Aisyah dan Ayuningtyas (2021) “seseorang yang memiliki minat berwirausaha berarti memiliki rasa percaya diri, dapat mengambil risiko, kreatif dan inovatif, disiplin dan kerja keras, berorientasi ke masa depan, memiliki rasa ingin tahu, jujur dan mandiri”.

Menurut Dewi (2020), minat berwirausaha adalah adanya motivasi diri dalam diri untuk membuktikan secara langsung hasil yang nyata dari apa yang mereka minati, sehingga dapat tumbuh suatu keberanian untuk dapat menunjukkan potensi dan kemampuan yang dimiliki dalam suatu minat yang digemari.

Menurut Sifa (2016) minat berwirausaha adalah keinginan, ketertarikan, serta kesediaan bekerja keras atau berkemauan keras untuk memenuhi kebutuhan hidupnya dan menciptakan usaha baru tanpa merasa takut dengan resiko yang akan terjadi serta senantiasa belajar dari kegagalan dalam berwirausaha.

Dari beberapa pendapat tersebut, peneliti menyimpulkan bahwa minat berwirausaha adalah adanya ketertarikan mengenai kegiatan kewirausahaan sehingga berkeinginan untuk terlibat secara langsung dalam kegiatan tersebut, menciptakan usahanya sendiri dengan memanfaatkan peluang yang ada, berani mengambil resiko, dan bekerja keras untuk mencapai kesuksesan bagi dirinya dan orang lain disekitarnya.

2.2.2 Indikator Minat Berwirausaha

Djaali, Muhibbin Syah dalam Adhe Okthavionica (2016) berpendapat bahwa minat (interest) berarti kecenderungan dan kegairahan yang tinggi atau keinginan yang besar terhadap sesuatu. Minat merupakan suatu pemusatan perhatian seseorang kepada suatu objek karena bagi mereka menyenangkan dan ada kaitannya dengan orang tersebut, yang diikuti dengan keinginan ataupun kemauan untuk mempelajari dan mendekati lebih lanjut. Menumbuhkan minat dibutuhkan kesadaran yang diawali dengan adanya pengetahuan dan informasi mengenai suatu objek tertentu. Berdasarkan kajian tentang minat yang sudah diuraikan, seseorang dikatakan memiliki minat terhadap suatu objek apabila memiliki unsur-unsur seperti:

a. Perhatian

Seseorang berminat terhadap suatu kegiatan atau aktivitas apabila disertai rasa perhatian lebih yang ditujukan pada suatu objek. Dengan kata lain, apabila seseorang berminat pada suatu objek maka orang tersebut akan lebih memusatkan perhatiannya pada objek tersebut. Misalnya seseorang berminat pada bidang kewirausahaan, maka orang tersebut akan memfokuskan aktivitasnya untuk melakukan kegiatan kewirausahaan.

b. Kesenangan

Minat timbul dikarenakan munculnya perasaan senang terhadap objek tertentu sehingga timbul ketertarikan yang menyebabkan orang tersebut akan melakukan kegiatan atau aktivitas yang bisa mempertahankan kesenangannya. Misalnya seseorang yang senang dengan kegiatan wirausaha, maka dengan

sendirinya ia melakukan kegiatan dengan penuh kebahagiaan dan melaluinya tanpa merasakan beban.

c. **Kemauan**

Kemauan yang dimaksud ialah adanya dorongan yang terarah terhadap pencapaian suatu tujuan yang dikendaki oleh pikiran. Dorongan ini akan menimbulkan perhatian terhadap suatu obyek sehingga dapat menimbulkan minat seseorang terhadap obyek tersebut. Menurut Djaali, Muhibbin Syah dalam Adhe Okthavionica (2016)

2.3 Motivasi

2.3.1 Pengertian Motivasi

Menurut teori motivasi Maslow dalam Nurhuda (2023), motivasi adalah respon yang timbul saat seseorang memiliki kebutuhan yang menghasilkan keinginan atau usaha untuk mencapai tujuan tertentu. Respon ini menghasilkan ketegangan, yaitu keinginan yang belum terpenuhi, yang kemudian mendorong individu untuk mengambil tindakan yang mengarahkan mereka menuju tujuan tersebut. Dalam proses ini, ketegangan tersebut akhirnya terpuaskan dan keinginan tersebut terpenuhi.

Menurut Gitosudarmo dalam Rainy (2019) Motivasi merupakan dorongan yang mendorong seseorang untuk terlibat dalam suatu aktivitas tertentu. Oleh karena itu, motivasi sering dianggap sebagai faktor yang mendorong perilaku individu. Setiap aktivitas yang dilakukan oleh seseorang tentu memiliki faktor-faktor yang menjadi pendorong bagi aktivitas tersebut. Secara umum, faktor yang

mendorong seseorang untuk terlibat dalam suatu aktivitas tertentu adalah kebutuhan yang ada.

Motivasi merupakan dorongan, baik yang berasal dari orang lain maupun dari diri sendiri, yang mendorong individu untuk secara sadar dan penuh semangat melakukan pekerjaan tertentu dengan tujuan mencapai target yang telah ditetapkan, berdasarkan Mulyadi dalam Harie & Andayanti (2020).

Malayu S.P Hasibuan (2016) menyatakan bahwa Motivasi adalah pemberian daya penggerak yang menciptakan kegairahan kerja seseorang, agar mereka mau bekerja sama, bekerja efektif dan terintegrasi dengan segala daya upayanya untuk mencapai kepuasan. Jadi motivasi adalah hal yang mendorong seseorang melakukan sesuatu untuk mencapai tujuan.

Menurut Sardiman (2016) Motivasi berpangkal dari kata motif yang diartikan daya penggerak yang ada didalam diri seseorang untuk melakukan aktivitas-aktivitas tertentu demi tercapainya suatu tujuan”.

Dari beberapa pendapat tersebut, peneliti menyimpulkan bahwa motivasi adalah Motivasi adalah dorongan atau kekuatan, baik dari dalam diri maupun dari luar, yang mendorong seseorang untuk melakukan suatu tindakan guna memenuhi kebutuhan dan mencapai tujuan tertentu. Motivasi timbul karena adanya ketegangan akibat kebutuhan yang belum terpenuhi, dan akan mendorong individu untuk bertindak hingga kebutuhan tersebut tercapai.

2.3.2 Teori Motivasi

Teori yang digunakan berdasarkan Abraham Maslow dalam Kurniawan (2021) mengatakan bahwa ada lima kebutuhan dalam memotivasi seseorang, sebagai berikut:

a. Kebutuhan Fisiologis (*Physiological*)

Kebutuhan dasar yang meliputi hal-hal fisik yang diperlukan untuk bertahan hidup, seperti makan, minum, dan kebutuhan lainnya.

b. Kebutuhan Rasa Aman (*Safety*)

Kebutuhan akan merasa aman dan terlindungi dari bahaya fisik dan emosional yang dapat membahayakan diri sendiri.

c. Kebutuhan Sosial (*Affiliation*)

Kebutuhan untuk memiliki hubungan sosial yang erat dengan orang lain, seperti kasih sayang, penerimaan, dan kebutuhan hidup bersama dalam suatu kelompok atau komunitas.

d. Kebutuhan Penghargaan (*Esteem*)

Kebutuhan akan merasa dihargai dan diakui baik oleh diri sendiri maupun oleh lingkungan sekitar. Ini termasuk kebutuhan akan penghargaan dari faktor internal seperti prestasi, serta penghargaan dari faktor eksternal seperti pengakuan dan perhatian dari orang lain.

e. Kebutuhan Aktualisasi Diri (*Self-Actualization*)

Kebutuhan yang paling tinggi dalam hierarki kebutuhan, di mana seseorang berusaha untuk mencapai potensi penuh mereka dan mengembangkan diri secara

optimal. Ini melibatkan tindakan yang didorong oleh kesadaran dan keinginan diri sendiri, bukan karena dorongan dari orang lain.

2.3.3 Unsur-Unsur Motivasi dalam berwirausaha

Sulitnya memutuskan untuk memulai berwirausaha hampir melanda seluruh lapisan masyarakat Indonesia, khususnya lapisan menengah ke bawah. Sebenarnya untuk memulai usaha bukanlah hal yang sulit, kita berfikir sulit karena kita belum pernah mencoba. Berfikiran sulit akan menghambat seseorang dalam melakukan sesuatu, yang harus kita lakukan jika ada peluang adalah berani mencoba.

Menurut Kasmir (2016), berikut Langkah awal yang harus dilakukan ketika memilih untuk berwirausaha:

a. Berani memulai

Dalam memulai sebuah usaha langkah pertama yang harus dilakukan adalah berani memulai, untuk memulai sebuah usaha memang terasa berat karena dihadapkan pada bagaimana memulai usaha pertama kali, bagaimana peluang usaha ke depan, persiapan apa yang perlu dilakukan. Hal yang terpenting disini adalah berani memulai dan tidak berfikir bahwa memulai sebuah usaha adalah sangat sulit karena akan merugikan diri sendiri.

b. Berani menanggung resiko

Menjalankan sebuah usaha harus berani menanggung resiko, baik itu resiko baik maupun resiko gagal sekalipun. Dua kemungkinan ini pasti akan dihadapi oleh seorang yang menjalankan sebuah usaha, yang perlu diingat adalah kegagalan merupakan sukses yang tertunda. Kegagalan dapat menjadi motivasi

jika kita optimis, kegagalan dapat menjadi evaluasi juga di kemudian hari supaya tidak terjadi lagi di kemudian hari. Takut rugi, takut bangkrut, takut gagal adalah penyakit bagi seorang wirausaha khususnya yang baru memulai yang harus diberantas habis di pikiran kita.

c. Penuh perhitungan

Perhitungan yang matang akan memudahkan seseorang dalam mencapai tujuan yang diinginkan.

d. Memiliki rencana yang jelas

Memperhitungkan segala sesuatu dengan matang merupakan langkah selanjutnya untuk memulai sebuah usaha, apabila segala sesuatu telah diperhitungkan dengan matang maka segala resiko akan dapat diminimalisir dan dapat diatasi.

e. Tidak cepat puas dan putus asa

Langkah selanjutnya sebagai seorang calon wirausaha adalah tidak pernah cepat puas, dengan ini maka seorang wirausaha akan terus maju dan tidak mudah putus asa dalam menghadapi segala hal.

f. Optimis dan penuh keyakinan

Sifat optimis bahwa usahanya akan maju perlu ditanamkan pada diri wirausahawan.

g. Memiliki tanggung jawab

Bertanggung jawab serta memiliki etika perlu dijunjung tinggi dalam melakukan sebuah usaha.

h. Memiliki etika dan moral

Bertanggung jawab kepada semua pihak baik diri sendiri maupun masyarakat luas, etika juga harus dijunjung tinggi karena dengan etika ini merupakan suatu dasar untuk memulai usaha yang baik sesuai dengan etika yang berlaku.

2.3.4 Jenis-Jenis Motivasi

Uno (2021) dari banyak teori motivasi yang dikemukakan oleh para ahli, terdapat banyak teori motivasi yang berlatar belakang terhadap dorongan motivasi yang berda-beda. Ada yang bertolak belakang terhadap dorongan dan kepuasan pencapaian dan ada juga yang bertolak belakang terhadap asas kebutuhan. Maka dari itu motivasi merupakan kekuatan yang dapat mendorong seseorang untuk melakukan suatu tindakan sesuai dengan keinginannya. Kekuatan-kekuatan tersebut bisa terpenuhi sesuai dengan kadar kebutuhannya, meliputi keinginan yang akan dicapainya, tingkah laku, tujuan, dan umpan balik. Motivasi dibagi menjadi dua, yaitu:

a. Motivasi Intrinsik

Motivasi intrinsik adalah motivasi yang berasal dari dalam diri seseorang, seperti minat atau keingintahuan seseorang. sehingga seseorang sudah tidak termotivasi oleh bentuk intens atau hukuman.

b. Motivasi Ekstrinsik

Motivasi ekstrinsik adalah motivasi yang berasal dari faktor-faktor eksternal atau faktor yang berasal dari luar individu.

2.3.5 Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Motivasi Dalam Minat Berwirausaha

Motivasi berwirausaha muncul karena adanya beberapa faktor yang mempengaruhinya. Menurut Leonardus Saiman dalam Nurfadillah (2024) faktor yang mempengaruhi motivasi berwirausaha ialah sebagai berikut:

- a. Laba, dapat menentukan berapa laba yang dikendaki, keuntungan yang diterima, dan berapa yang akan dibayarkan pada pihak lain atau pegawainya.
- b. Kebebasan, bebas mengatur waktu, bebas dari supervise, bebas aturan main yang menekan/intervensi, dan bebas dari aturan budaya organisasi/Perusahaan.
- c. Impian Personal, bebas mencapai standar hidup yang diharapkan, lepas dari rutinitas kerja yang membosankan karena harus mengikuti visi, misi, Impian orang lain. Impian untuk menentukan nasib/visi, misi dan impiannya sendiri.
- d. Kemandirian, memiliki rasa bangga karena dapat mandiri dalam segala hal, seperti permodalan, mandiri dalam pengelolaan/manajemen, mandiri dalam pengawasan, serta menjadi manajer terhadap dirinya sendiri.

2.3.6 Indikator Motivasi

Menurut Mangkunegara dalam Imelda, dkk (2021) indikator motivasi sebagai berikut:

- a. Kerja keras, yaitu melakukan kegiatan dengan segenap kemampuan yang dimiliki.
- b. Orientasi masa depan, yaitu menafsirkan yang akan terjadi kedepan dan membuat rencana dalam hal tersebut.

- c. Usaha untuk maju, yaitu melakukan kegiatan-kegiatan untuk memperoleh tujuan.
- d. Tingkat cita-cita yang tinggi, yaitu memiliki ambisi untuk lebih baik.
- e. Rekan kerja yang dipilih, yaitu memilih rekan kerja yang dapat diajak kerja sama untuk mencapai tujuan.
- f. Ketekunan, yaitu melakukan segala pekerjaan dengan rajin dan bersungguh-sungguh.

2.4 *Self Efficacy*

2.4.1 *Pengertian Self Efficacy*

Menurut Gunawan (2019), *Self Efficacy* adalah keyakinan individu terhadap kemampuannya dalam menyelesaikan suatu usaha. Orang yang percaya diri dengan kemampuannya lebih besar kemungkinannya untuk berhasil, sedangkan orang yang terus-menerus merasa tidak mampu, lebih besar kemungkinannya untuk gagal.

Menurut Nurlaili (2018) *self efficacy* adalah keyakinan individu terhadap kemampuan dirinya sendiri dalam menyelesaikan sesuatu dan yakin bahwa dirinya mampu melakukan tindakan-tindakan dalam penyelesaian masalah yang dihadapinya.

Menurut Maisaroh (2019) *self efficacy* adalah kepercayaan seseorang akan kemampuan dirinya dalam menghasilkan performance diri dalam suatu bidang/pekerjaan. Individu dengan taraf *self efficacy* yang tinggi, umumnya akan menilai dirinya memiliki kemampuan yang lebih sehingga akan yakin bisa melaksanakan tugas pada kondisi, situasi juga persoalan yang terjadi. Sedangkan

individu dengan taraf *self efficacy* yang rendah dapat meragukan kemampuannya sendiri akan lebih mudah putus asa dan mudah menyerah sedangkan seseorang dengan lebih percaya diri pada kemampuannya mereka akan bertahan meskipun banyak rintangan yang dihadapi sampai mereka menemukan kesuksesan.

Srisususilawati (2022) *self efficacy* digambarkan sebagai sebuah penilaian terhadap keyakinan akan diri sendiri mengenai kemampuannya akan sesuatu. Karakteristik dari seorang wirausahawan adalah kepercayaan diri mereka dalam menjalankan usahanya. Berdasarkan pemahaman diatas *self efficacy* dapat diartikan sebagai keyakinan yang lahir dari dalam diri seseorang untuk melakukan sesuatu dalam mencapai keberhasilan usaha.

Menurut Chidi (2021) menjelaskan penentu keberhasilan seseorang dalam berbisnis adalah bagaimana cara berpikir dan bertindak seseorang wirausaha, hal ini berkaitan dengan keyakinan diri seorang pengusaha.

Dari beberapa pendapat tersebut, peneliti menyimpulkan bahwa *Self Efficacy* adalah *Self efficacy* adalah keyakinan yang kuat dalam diri seseorang bahwa ia mampu melakukan, menyelesaikan, dan bertahan dalam menghadapi berbagai tantangan untuk mencapai tujuan atau keberhasilan, terutama dalam konteks wirausaha. *Self efficacy* memengaruhi cara seseorang berpikir, merasa, dan bertindak dalam situasi tertentu. Individu dengan *self efficacy* tinggi cenderung lebih gigih, optimis, dan tidak mudah menyerah.

2.4.2 Aspek -Aspek *Self Efficacy*

Menurut Bandura dalam Nurfadillah (2024) terdapat tiga dimensi *Self Efficacy* yang dapat digunakan sebagai dasar predictor terhadap *Self Efficacy* seseorang individu yaitu:

a. Keadaan yang umum (*Generality*)

Aspek *generality* menunjukkan apakah individu mampu memiliki *self efficacy* pada banyak situasi atau pada situasi-situasi tertentu. *Generality* dapat dinilai dari tingkat aktivitas yang sama. Cara-cara dalam melakukan sesuatu dimana kemampuan dapat diekspresikan melalui proses kognitif, afektif dan konatif. *Generality* yaitu dimana individu merasa yakin terhadap kemampuan dirinya melaksanakan tugas diberbagai aktivitas.

b. Tingkat Kekuatan (*Strength*)

Strength merupakan individu yang memiliki kepercayaan yang kuat bahwa mereka akan berhasil walaupun dalam tugas yang berat. Individu dengan *self efficacy* yang rendah akan mudah menyerah apabila mengalami pengalaman yang tidak menyenangkan, sementara individu yang memiliki keyakinan kuat terhadap kemampuannya akan tekun berusaha menghadapi kesulitan dan rintangan. Individu yang memiliki keyakinan kuat terhadap kemampuannya menganggap tugas yang sulit sebagai tantangan yang harus dihadapi daripada sebagai ancaman atau sesuatu yang harus dihindari.

c. Tingkat Kesulitan (*Magnitude*)

Magnitude adalah tingkat kesulitan yang diharapkan dapat dicapai individu. Konsep ini berkaitan dengan pencapaian tujuan, beberapa individu berpikir

bahwa mereka dapat menyelesaikan tugas yang sulit. Tingkat dari suatu tugas dapat dinilai dari tingkat kecerdikan, adanya usaha, ketelitian, produktivitas, cara menghadapi ancaman dan pengaturan diri yang dikehendaki. Pengaturan diri tidak hanya dilihat dari apakah seseorang dapat memiliki *self efficacy* pada setiap saat untuk menghadapi situasi bahkan ketika individu diharapkan untuk pasif.

2.4.3 Ciri Orang Dengan *Self Efficacy* yang Tinggi

Menurut Nurfadilah (2024) Orang yang memiliki *Self Efficacy* tinggi biasanya memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

- a. Memiliki tujuan hidup yang jelas dan passion yang tinggi
- b. Memiliki komitmen, integritas, dan nilai moral yang kuat terhadap hal-hal yang sedang dikerjakan
- c. Mampu bangkit dengan cepat dari kegagalan dan kekecewaan
- d. Mampu menemukan Solusi bagi setiap permasalahan yang dihadapi
- e. Senang mencoba berbagai hal baru dan mencari pengalaman baru
- f. Percaya bahwa kerja keras pasti akan membuahkan hasil yang baik
- g. Cenderung bisa berpikir positif dan mencari inspirasi diberbagai situasi

2.4.4 Cara Melatih *Self Efficacy*

Self Efficacy merupakan hal yang bisa dilatih. menurut Nurfadillah (2024) Membangun dan melatih *self efficacy* dengan beberapa cara berikut ini:

a. Belajar dari kegagalan

Untuk bisa mencapai *self efficacy* yang tinggi, harus mencapai banyak target dan kesuksesan dalam hidup. Namun, untuk mencapai sebuah keberhasilan, pasti juga akan menghadapi banyak kegagalan terlebih dahulu. Saat mengalami kegagalan, jangan jadikan hal tersebut sebagai alasan untuk mundur dari tujuanmu, dan Sebaliknya, jadikan kegagalanmu sebagai motivasi dan kesempatan untuk introspeksi diri dan belajar, agar di kemudian hari kamu bisa berhasil mencapai tujuan tersebut. Kegigihan inilah yang pada akhirnya bisa membuatmu percaya dan yakin bahwa setiap usaha yang di lakukan pasti akan membuahkan hasil. Ingatlah bahwa tidak ada orang sukses yang tidak pernah merasakan kegagalan.

b. Amati keberhasilan orang lain

Melihat keberhasilan dan kesuksesan orang lain ternyata juga dapat meningkatkan *self efficacy*, apalagi bila orang tersebut memiliki latar belakang yang sama. Hal ini disebut dengan social modelling. Contohnya, ketika melihat teman kantormu berhasil naik pangkat. Saat itu juga, bisa termotivasi dan berpikir bahwa bisa mencapai hal tersebut. Jadi, dari pada merasa iri hati atau dengki, cobalah mempelajari apa yang membuat mereka bisa sukses lalu coba terapkan dalam hidupmu. Siapa tahu cara ini bisa membuat memiliki *self efficacy* yang lebih baik dan memberimu inspirasi untuk bisa berkembang.

c. Cari *Feedback* positif

Untuk bisa yakin akan kemampuan diri sendiri, mungkin juga perlu dukungan atau feedback yang positif, jujur, dan terbuka dari orang-orang terdekatmu, misalnya keluarga dan sahabat.

d. Kelola pikiran dan emosi

Untuk meningkatkan *self efficacy*, kamu perlu mengelola pikiran, emosi, dan stres dengan lebih baik. Sebisa mungkin, cobalah untuk tidak membiarkan asumsi atau pikiran negatif mengganggu konsentrasi dan produktivitasmu.

2.4.5 Indikator *Self Efficacy*

Menurut Brown dalam Nurfadillah (2024), terdapat beberapa indikator dari *self efficacy*, yaitu:

- a. Yakin dapat menyelesaikan tugas tertentu. Individu yakin bahwa dirinya mampu menyelesaikan tugas tertentu yang mana individu sendirilah yang menetapkan tugas (target) apa yang harus diselesaikan.
- b. Yakin dapat memotivasi diri untuk melakukan tindakan yang diperlukan untuk menyelesaikan tugas. Individu mampu menumbuhkan/memotivasi dirinya untuk melakukan serangkaian tindakan yang diperlukan dalam rangka menyelesaikan tugas.
- c. Yakin bahwa diri mampu berusaha dengan keras, gigih dan tekun. Individu mempunyai ketekunan dalam rangka menyelesaikan tugas dengan menggunakan segala daya yang dimiliki.

- d. Yakin bahwa diri mampu bertahan menghadapi hambatan dan kesulitan. Individu mampu bertahan saat menghadapi kesulitan dan hambatan yang muncul serta mampu bangkit dari kegagalan.
- e. Yakin dapat menyelesaikan permasalahan di berbagai situasi. Individu mempunyai keyakinan menyelesaikan permasalahan tidak terbatas pada kondisi atau situasi tertentu saja.

2.5 Dukungan Keluarga

2.5.1 Pengertian Dukungan Keluarga

Menurut Friedman (dalam Safitri & Yuniawati, 2016) bahwa dukungan keluarga adalah sikap, tindakan dan penerimaan terhadap tiap-tiap anggota keluarga. Anggota keluarga memandang bahwa orang yang bersifat mendukung selalu siap memberikan pertolongan dan bantuan jika dibutuhkan. Dukungan keluarga diwujudkan dalam kasih sayang, memberi nasehat-nasehat, dan sebagainya kepada sesama anggota keluarga. Dalam lingkungan keluarga setiap individu atau anak memerlukan dukungan orang tua untuk mencapai aktivitas belajar, karena dukungan dan perhatian keluarga ini sangat membantu aktivitas agar lebih maksimal.

Dukungan dapat diartikan sebagai memberi dorongan motivasi atau semangat dan nasihat kepada orang lain, dukungan keluarga diberikan untuk mendapatkan rasa semangat pada anak dalam proses belajarnya Menurut Yulianti (2018).

Dukungan keluarga merupakan sikap, tindakan, penerimaan keluarga serta siap memberikan pertolongan dan bantuan kepada salah satu keluarga yang sakit atau membutuhkan pertolongan serta menimbulkan rasa dikasihi dan disayangi (Ayuni, 2020).

Dukungan keluarga merupakan sikap, tindakan dan penerimaan keluarga terhadap anggotanya. Anggota keluarga dipandang sebagai bagian yang tidak terpisahkan dalam lingkungan keluarga. Anggota keluarga memandang bahwa orang yang bersifat mendukung selalu siap memberikan pertolongan dan bantuan jika diperlukan (Adawia & Hasmira, 2020).

Periera, Mahabi dan Muhariati (2017) mengungkapkan bahwa dukungan dalam keluarga dapat secara emosional, pemberian informasi-informasi yang berguna, pemberian penghargaan dan dukungan instrumental atau finansial. Melalui dukungan-dukungan yang diberikan keluarga, akan memberikan perasaan nyaman dan perasaan bahwa anggota keluarga saling memperdulikan satu dengan lainnya.

Dari penjelasan diatas, dapat disimpulkan dukungan keluarga adalah sikap, tindakan, dan penerimaan yang diberikan kepada anggota keluarga, terutama dalam bentuk kasih sayang, nasihat, bantuan emosional, informasi, penghargaan, dan dukungan finansial. Dukungan ini sangat penting dalam membantu anak mencapai hasil yang diinginkan secara maksimal serta menciptakan rasa aman, dicintai, dan saling peduli di antara anggota keluarga.

2.5.2 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Dukungan Keluarga

Faktor-faktor yang mempengaruhi dukungan keluarga menurut Purnawan dalam Daifina (2018) adalah sebagai berikut:

a. Faktor Internal

1) Tahap Perkembangan

Tahap perkembangan artinya dukungan dapat ditentukan oleh rentang usia (bayi-lansia) yang memiliki pemahaman dan respon terhadap perubahan kesehatan yang berbeda-beda.

2) Pendidikan dan Tingkat Pengetahuan

Keyakinan seseorang terhadap adanya dukungan terbentuk oleh intelektual yang terdiri dari pengetahuan, latar belakang pendidikan, dan pengalaman masa lalu. Kemampuan kognitif akan membentuk cara berfikir seseorang termasuk kemampuan untuk memahami faktor-faktor yang berhubungan dengan penyakit dan menggunakan pengetahuan tentang kesehatan untuk menjaga Kesehatan dirinya.

3) Faktor Emosi

Faktor emosional mempengaruhi keyakinan terhadap adanya dukungan dan cara melaksanakannya. Seseorang yang mengalami respon stres dalam setiap perubahan hidupnya cenderung berespon terhadap berbagai tanda sakit, dilakukan dengan cara mengkhawatirkan bahwa penyakit tersebut dapat mengancam kehidupannya. Seseorang yang secara umum sangat tenang mungkin mempunyai respon emosional yang kecil selama sakit. Seseorang individu yang tidak mampu melakukan koping secara emosional terhadap

ancaman penyakit mungkin akan menyangka adanya gejala penyakit pada dirinya dan tidak mau menjalani pengobatan.

4) Faktor Spritual

Spiritual adalah bagaimana seseorang menjalani kehidupannya, mencakup nilai keyakinan yang dilaksanakan, hubungan dengan keluarga atau teman dan kemampuan mencari harapan dan arti dalam kehidupan.

b. Faktor Eksternal

1) Praktik di Keluarga

Cara bagaimana keluarga memberikan dukungan biasanya mempengaruhi penderita dalam melaksanakan kesehatannya,

2) Faktor Sosial Ekonomi

Faktor sosial dan psikososial dapat meningkatkan resiko terjadinya penyakit dan mempengaruhi cara seseorang mendefinisikan dan bereaksi terhadap penyakitnya.

3) Latar Belakang Budaya

Budaya mempengaruhi keyakinan, nilai dan kebiasaan individu, dalam memberikan dukungan termasuk cara pelaksanaan kesehatan pribadi.

2.5.3 Indikator Dukungan Keluarga

Indikator dukungan keluarga menurut Friedman dalam Fradani (2016) mengacu pada bentuk-bentuk dukungan keluarga diantaranya:

a. Dukungan Penilaian

Orang tua yang dapat diajak bicara tentang masalah atau rencana mereka kedepan, hal ini terjadi melalui ekspresi pengharapan positif anak kepada orang tua berupa penyemangat, atau persetujuan terhadap ide-ide.

b. Dukungan Instrumental

Dukungan ini meliputi penyediaan dukungan orang tua baik secara moril seperti pelayanan, dan material berupa bantuan nyata seperti bantuan finansial.

c. Dukungan Informasional

Jenis dukungan ini meliputi jaringan komunikasi dan tanggung jawab bersama, termasuk di dalamnya memberikan solusi dari masalah, memberikan nasehat, pengarahan, saran, atau umpan balik tentang apa yang dilakukan oleh anak.

d. Dukungan Emosional

Dukungan emosional memberikan anak perasaan nyaman, merasa dibantuan dalam bentuk semangat, empati, rasa percaya, perhatian sehingga anak yang menerimanya merasa berharga dan didukung.

2.6 Lingkungan Sosial

2.6.1 Pengertian Lingkungan Sosial

Lingkungan sosial adalah sekumpulan orang atau manusia lain yang mempengaruhi kita. Lingkungan sosial yang dimaksud adalah dukungan dari orang-orang di sekitar seperti orang tua, saudara, teman dan guru. Wilayah dimana berbagai jenis interaksi sosial terjadi antara kelompok yang berbeda dan

lembaganya dengan simbol, nilai, standar yang ditetapkan, dan relevan dengan lingkungan alam dan lingkungan binaan Al Ayyubi (2019).

Menurut Ahmad (2019) lingkungan sosial merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi tindakan seseorang atau kelompok serta perubahan perilaku setiap individu. Lingkungan sosial yang menjadi tempat untuk berinteraksi dengan orang lain, membentuk seseorang dan mempengaruhi perilakunya akan dapat meningkat. Lingkungan sosial ini membentuk suatu sistem sosial yang berperan penting dalam membentuk kepribadian manusia. Lingkungan sosial merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi seseorang atau kelompok untuk melakukan tindakan dan mengubah perilaku setiap individu. Lingkungan sosial merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi seseorang untuk dapat melakukan perilaku individu.

Menurut Dalyono (2018) mengatakan lingkungan sosial *Socia Enviromwat*) adalah semua orang yang mempengaruhi kita. Pengaruh secara langsung seperti pengaulan kita sehari-hari dengan keluarga, teman, orang lain dan sepekerjaan. Sedangkan pengaruh tidak langsung dapat bisa melalui televisi, radio, surat kabar, dan media elektronik lainnya.

Menurut Wibowo dalam Dewi (2017) lingkungan sosial merupakan lingkungan masyarakat dimana terjadi interaksi antara individu satu dengan yang lain, individu dengan kelompok, atau kelompok dengan kelompok.

Dari penjelasan diatas, dapat disimpulkan Lingkungan sosial adalah lingkungan yang terdiri dari individu-individu di sekitar seseorang seperti keluarga, teman, guru, dan masyarakat, yang memengaruhi perilaku, tindakan, serta

pembentukan kepribadian seseorang. Interaksi dalam lingkungan ini dapat terjadi secara langsung maupun tidak langsung.

2.6.2 Indikator Lingkungan Sosial

Indikator serta dimensi yang dipakai untuk mengatur lingkungan sosial menurut Purnomo (2020), ialah:

a. Lingkungan Keluarga

Merupakan lingkungan pertama dalam memberikan tuntunan dan memiliki peranan dalam upaya mengembangkan pribadi seseorang.

b. Lingkungan Sosial Masyarakat

Merupakan tempat manusia bersosialisasi yang dapat saling mempengaruhi satu dengan yang lainnya.

c. Media Massa

Pada saat ini peranan massa media yang lebih banyak digunakan melalui media sosial dapat membantu seseorang untuk memperluas pengetahuan dan wawasan, namun juga dapat mempengaruhi seseorang untuk mengikuti trend yang ada

2.7 Generasi Z

2.7.1 Pengertian Generasi Z

Generasi ini suka bekerja dalam melaksanakan pekerjaan fleksibel paham terhadap tantangan serta dimotivasi oleh pencapaian, dan suka menelaah metode yang baru dalam menuntaskan sesuatu permasalahan menurut Widyananda (2020).

Menurut (Stillman, D., & Stillman, J., 2018) mengatakan generasi Z adalah generasi yang lahir tahun 1995 sampai 2012. Generasi Z merupakan generasi yang lahir dan berinteraksi dengan kemajuan teknologi digital berkembang dengan cepat.

Menurut (Noordiono, A, 2016) kemajuan teknologi yang pesat mempengaruhi generasi Z dimana generasi ini merasa bahwa arus informasi yang didapatkan melalui internet. Generasi Z juga dianggap sebagai generasi yang mandiri, hal ini dikarenakan mudahnya dalam mengakses informasi yang didapat dari teknologi dan internet sehingga generasi Z dianggap mampu mengambil keputusannya tanpa melibatkan orang lain. Salah satunya dalam mengambil keputusan pembelian, generasi Z sangat mengandalkan teknologi untuk mengakses informasi mengenai tren terkini sehingga perilaku ini mempengaruhi cara pandang konsumen terhadap merek.

2.8 Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki definisi yang berbeda pada setiap literatur menurut beberapa instansi atau lembaga bahkan undang-undang. UMKM adalah usaha yang banyak berkembang dikalangan masyarakat Indonesia. Usaha ini memberikan kontribusi yang cukup baik bagi perekonomian masyarakat kecil pada umumnya. UMKM juga sebagai kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil yang telah memenuhi kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan serta kepemilikan sebagaimana yang telah ditentukan.

Menurut Susilowati (2018) UMKM merupakan salah satu jenis usaha yang dapat berkembang pesat dan konsisten dalam perekonomian nasional. UMKM

menyerap banyak tenaga kerja produktif dan tidak membutuhkan persyaratan khusus seperti, pendidikan, keahlian, penggunaan modal kerja relatif kecil, serta penggunaan teknologi yang cukup sederhana.

Dalam Undang-Undang nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah, UMKM didefinisikan sebagai berikut:

- a. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
- b. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.
- c. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

Berdasarkan kekayaan dan hasil penjualan, menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 pasal 6, membagi kriteria UMKM menjadi beberapa, yaitu:

- a. Kriteria Usaha Mikro adalah sebagai berikut:
 - 1) Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - 2) Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).
- b. Kriteria Usaha Kecil adalah sebagai berikut:
 - 1) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - 2) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).
- c. Kriteria Usaha Menengah adalah sebagai berikut:
 - 1) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - 2) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

2.9 Penelitian Terdahulu

Penelitian yang lebih dahulu telah dilakukan yang dapat membantu penelitian yang sedang dilakukan. Penelitian terdahulu dapat dijadikan untuk acuan

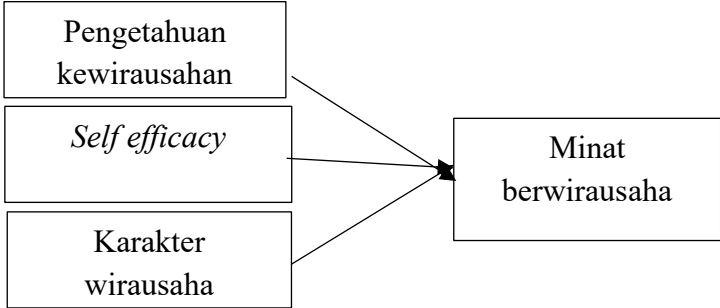
dan dapat sebagai sebuah pertimbangan untuk melihat seberapa pengaruh hubungan antar variabel yang memiliki kesamaan dalam penelitian. Begitu pula dengan penelitian ini juga terdapat penelitian terdahulu sebagai bahan pertimbangan dengan variabel mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha pada generasi Z di era digitalisasi yang bisa diambil dari beberapa penelitian terdahulu yang tersedia.

Tabel 2.1. Hasil Penelitian dari Candra Wijayangka

Nama Peneliti	Candra Wijayangka
Tahun dan Judul Jurnal	(2018) Pengaruh motivasi terhadap minat wirausaha mahasiswa program studi Administrasi Bisnis Universitas Telkom
Tujuan Penelitian	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Administrasi Bisnis Universitas Telkom.
Model	 <pre> graph LR A[Motivasi] --> B[Minat wirausaha] </pre>
Populasi dan Sampel	74 Orang
Alat Analisis	SPSS
Hasil Penelitian	Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha mahasiswa S1 Administrasi Bisnis Universitas Telkom angkatan 2015. Hal tersebut berdasarkan hasil perhitungan analisis regresi dengan nilai t hitung > ttabel atau nilai sig < 0,05.
Yang di rujuk dalam Penelitian ini	Motivasi dan Minat berwirausaha

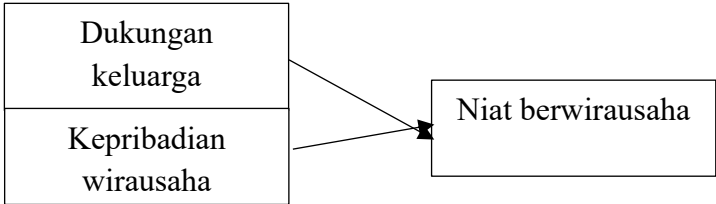
Sumber Dikembangkan untuk Penelitian ini (2025)

Tabel 2.2. Hasil Penelitian dari Aisyah Khatami

Nama Peneliti	Aisyah Khatami
Tahun dan Judul Jurnal	(2021) Pengaruh pengetahuan kewirausahaan, <i>Self efficacy</i> , dan karakter wirausaha terhadap minat berwirausaha pada siswa/i sekolah menengah kejuruan (SMK) swasta nila harapan
Tujuan Penelitian	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan kewirausahaan, <i>self efficacy</i> , dan karakter wirausaha terhadap minat berwirausaha pada siswa sekolah menengah kejuruan (SMK) swasta nila harapan
Model	 <pre> graph LR A[Pengetahuan kewirausahaan] --> D[Minat berwirausaha] B[Self efficacy] --> D C[Karakter wirausaha] --> D </pre>
Populasi dan Sampel	90 Orang
Alat Analisis	Regresi Linier Berganda
Hasil Penelitian	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Pengetahuan Kewirausahaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Minat berwirausaha, dan Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa <i>Self Efficacy</i> secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha Pada Siswa/i Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Nila Harapan. yang berarti semakin tinggi Pengetahuan Kewirausahaan, <i>Self Efficacy</i> , dan Karakter Wirausahanya maka Minat Berwirausaha Pada Siswa/i Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Nila Harapan akan semakin tinggi juga.
Yang di rujuk dalam Penelitian ini	<i>Self efficacy</i> dan Minat berwirausaha

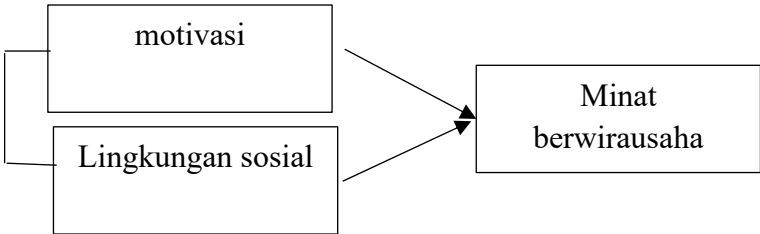
Sumber Dikembangkan untuk Penelitian ini (2025)

Tabel 2.3. Hasil Penelitian dari Kezia Jade Setiabudi

Nama Peneliti	Kezia Jade Setiabudi
Tahun dan Judul Jurnal	(2019) Pengaruh dukungan keluarga dan kepribadian wirausaha terhadap niat berwirausaha mahasiswa program studi manajemen terakreditasi “A” pada perguruan tinggi swasta dikota Surabaya
Tujuan Penelitian	Tujuan penelitian ini adalah untuk menelaah pengaruh dukungan keluarga dan kepribadian wirausaha terhadap niat berwirausaha.
Model	 <pre> graph LR A[Dukungan keluarga Kepribadian wirausaha] --> B[Niat berwirausaha] </pre>
Populasi dan Sampel	135 Orang
Alat Analisis	Regresi Linear Berganda
Hasil Penelitian	Hasil penelitian menunjukkan bahwa dukungan keluarga berpengaruh signifikan positif terhadap niat berwirausaha mahasiswa, dan Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepribadian wirausaha berpengaruh signifikan positif terhadap niat berwirausaha mahasiswa program studi manajemen Terakreditasi “A” pada perguruan tinggi swasta dikota Surabaya.
Yang di rujuk dalam Penelitian ini	Dukungan keluarga dan Minat berwirausaha.

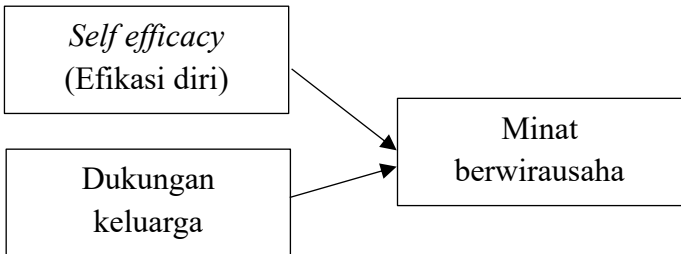
Sumber Dikembangkan untuk Penelitian ini (2025)

Tabel 2.4. Hasil Penelitian dari Mexano Hans Gerry

Nama Peneliti	Mexano Hans Gerry
Tahun dan Judul Jurnal	(2024) Pengaruh Motivasi dan lingkungan sosial terhadap minat berwirausaha studi kasus pada mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Sumatera Barat)
Tujuan Penelitian	Tujuan penelitian ini adalah apakah ada pengaruh secara simultan motivasi dan lingkungan sosial terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Fakultas ekonomi eniversitas sumatera barat
Model	 <pre> graph LR A[motivasi] --- B[Lingkungan sosial] A --> C[Minat berwirausaha] B --> C </pre>
Populasi dan Sampel	91 Orang
Alat Analisis	SPSS
Hasil Penelitian	Motivasi berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha dan lingkungan sosial berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha, sehingga Motivasi Dan lingkungan social secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha Mahasiswa fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Barat
Yang di rujuk dalam Penelitian ini	Motivasi, lingkungan sosial, dan minat berwirausaha

Sumber Dikembangkan untuk Penelitian ini (2025)

Tabel 2.5. Hasil Penelitian dari Dian Indra Maulida

Nama Peneliti	Dian Indra Maulida
Tahun dan Judul Jurnal	(2023) Pengaruh <i>Self efficacy</i> (Efikasi diri) dan dukungan keluarga terhadap minat berwirausaha
Tujuan Penelitian	Penelitian ini bertujuan untuk memberikan bukti empiris tentang pengaruh <i>Self efficacy</i> (Efikasi diri) dan dukungan keluarga terhadap minat berwirausaha peserta didik SMA Serba Bakti Suryalaya.
Model	 <pre> graph LR A["Self efficacy (Efikasi diri)"] --> D["Minat berwirausaha"] B["Dukungan keluarga"] --> D </pre>
Populasi dan Sampel	82 Orang
Alat Analisis	SPSS
Hasil Penelitian	Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat diperoleh kesimpulan bahwa, self efficacy berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha, dan dukungan keluarga berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha
Yang di rujuk dalam Penelitian ini	<i>Self efficacy</i> , Dukungan keluarga dan minat berwirausaha

Sumber Dikembangkan untuk Penelitian ini (2025)

2.10 Hubungan Antara Variabel dan Hipotesis

A. Hubungan Antara Motivasi terhadap Minat Berwirausaha

Motivasi adalah respon yang timbul saat seseorang memiliki kebutuhan yang menghasilkan keinginan atau usaha untuk mencapai tujuan tertentu Menurut teori motivasi Maslow dalam Nurhuda (2023). Minat berwirausaha menurut Aris Subandono dalam Mutia, (2022) merupakan keinginan alami individu untuk menciptakan sebuah usaha, yang kemudian diatur, dikembangkan, dan ditanggung risikonya oleh individu tersebut.

Hubungan antara motivasi terhadap minat berwirausaha memiliki hubungan berpengaruh signifikan hal ini didasari atau hasil penelitian yang dilakukan oleh Candra Wijayangka (2018), terdapat pengaruh positif dan signifikan antara motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha mahasiswa S1 Administrasi Bisnis Universitas Telkom. Artinya semakin tinggi pengaruh motivasi dalam suatu minat berwirausaha maka semakin tinggi pula minat untuk memulai dan menjalankan suatu usaha.

Berdasarkan teori dari uraian diatas maka peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H1 : Motivasi Berpengaruh Secara Parsial Terhadap minat berwirausaha

B. Hubungan Antara *Self Efficacy* terhadap Minat Berwirausaha

Self Efficacy adalah keyakinan individu terhadap kemampuannya dalam menyelesaikan suatu usaha Menurut Gunawan (2019). Minat berwirausaha menurut Aris Subandono dalam Mutia, (2022) merupakan keinginan alami individu untuk

menciptakan sebuah usaha, yang kemudian diatur, dikembangkan, dan ditanggung risikonya oleh individu tersebut.

Pengaruh *self efficacy* terhadap minat berwirausaha telah dibuktikan oleh peneliti Aisyah Khatami (2021) menunjukkan bahwa Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Self Efficacy* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha Pada Siswa/i Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Nila Harapan. Yang artinya semakin tinggi *Self efficacy* yang dimiliki oleh seseorang maka semakin tinggi pula minat untuk memulai dan menjalankan suatu usaha.

Berdasarkan teori dari uraian diatas maka peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H2 : *self efficacy* Berpengaruh Secara Parsial Terhadap minat berwirausaha

C. Hubungan Antara Dukungan Keluarga terhadap Minat Berwirausaha

Dukungan keluarga adalah sikap, tindakan dan penerimaan terhadap tiap-tiap anggota keluarga. Anggota keluarga memandang bahwa orang yang bersifat mendukung selalu siap memberikan pertolongan dan bantuan jika dibutuhkan menurut Menurut Friedman dalam Safitri & Yuniawati (2016). Minat berwirausaha menurut Aris Subandono dalam Mutia, (2022) merupakan keinginan alami individu untuk menciptakan sebuah usaha, yang kemudian diatur, dikembangkan, dan ditanggung risikonya oleh individu tersebut.

Pengaruh Dukungan keluarga terhadap minat berwirausaha telah dibuktikan oleh peneliti Kezia Jade Setiabudi (2019) Hasil penelitian menunjukkan bahwa

dukungan keluarga berpengaruh signifikan positif terhadap niat berwirausaha mahasiswa keluarga berpengaruh signifikan positif terhadap niat berwirausaha mahasiswa Program Studi Manajemen terakreditasi "A" pada Perguruan Tinggi Swasta di Kota Surabaya, diterima. Yang artinya semakin tinggi dukungan yang diberikan keluarga maka semakin tinggi pula minat untuk memulai dan menjalankan suatu usaha.

Berdasarkan teori dari uraian diatas maka peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H3 : Dukungan keluarga Berpengaruh Secara Parsial Terhadap minat berwirausaha.

D. Hubungan Antara Lingkungan Sosial terhadap Minat Berwirausaha

Lingkungan sosial merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi tindakan seseorang atau kelompok serta perubahan perilaku setiap individu. Lingkungan sosial yang menjadi tempat untuk berinteraksi dengan orang lain, membentuk seseorang dan mempengaruhi perilakunya akan dapat meningkat. Menurut Ahmad (2019). Minat berwirausaha menurut Aris Subandono dalam Mutia, (2022) merupakan keinginan alami individu untuk menciptakan sebuah usaha, yang kemudian diatur, dikembangkan, dan ditanggung risikonya oleh individu tersebut.

Pengaruh Lingkungan Sosial terhadap minat berwirausaha telah dibuktikan oleh peneliti Mexano Hans Gerry (2024) lingkungan sosial berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera

Barat. Yang artinya semakin tinggi pengaruh yang diberikan dari lingkungan sosial seseorang maka semakin tinggi pula minat untuk memulai dan menjalankan suatu usaha.

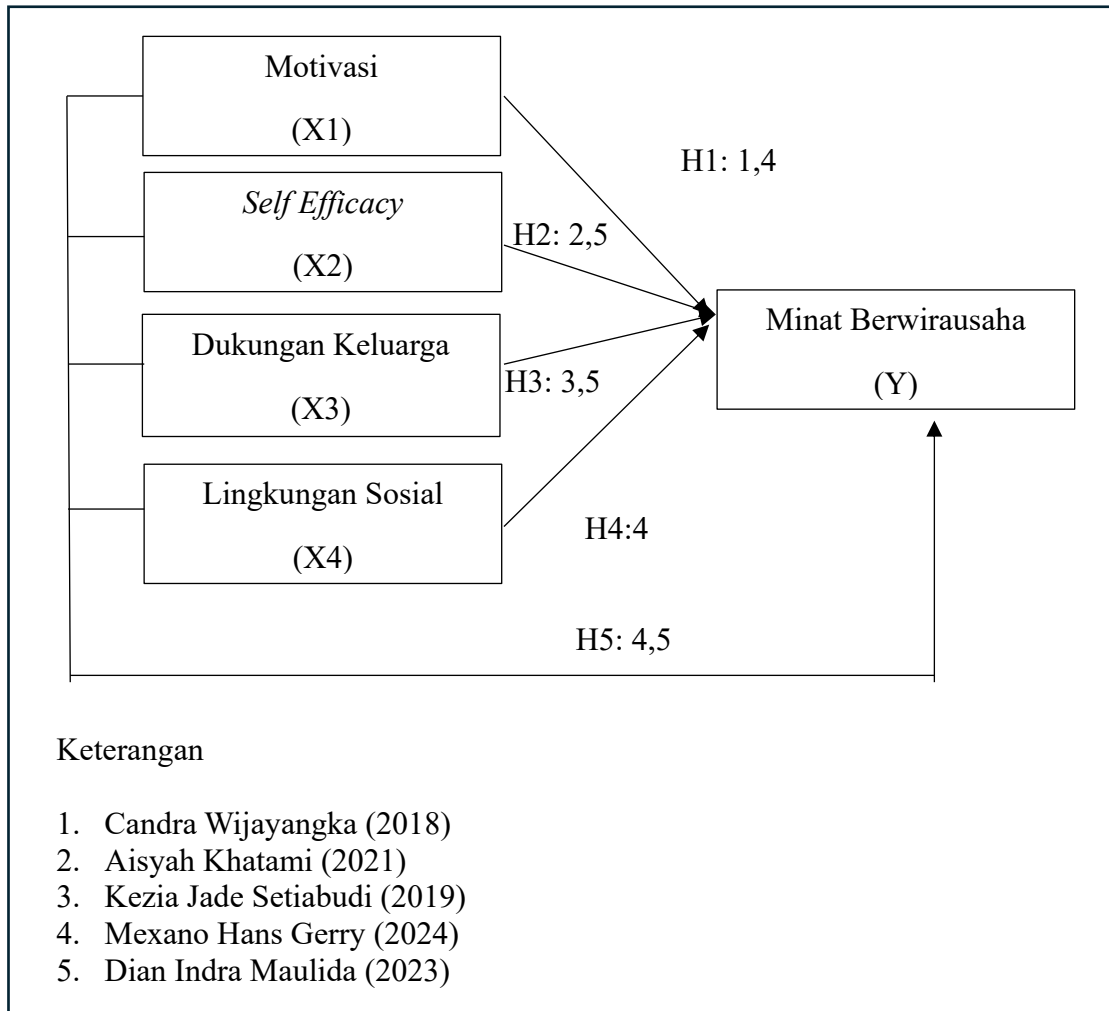
Berdasarkan teori dari uraian diatas maka peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H4 : Lingkungan sosial Berpengaruh Secara Parsial Terhadap minat berwirausaha.

2.11 Kerangka Konseptual

Kerangka pemikiran menggambarkan hubungan dari variabel independen, dalam hal ini adalah Motivasi (X1), *Self efficacy* (X2), Dukungan keluarga (X3), Lingkungan Sosial (X4) terhadap variabel dependen (Y). Berdasarkan landasan teori dan penelitian terdahulu, maka dapat di susun sebuah kerangka pemikiran teoritis seperti yang tersaji dalam gambar berikut:

Gambar 2.1
Kerangka Konseptual



Sumber: Dikembangkan Untuk Penelitian (2025)

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Metode ini digunakan untuk menguji hipotesis dan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha pada generasi Z di era digitalisasi yang sudah dibangun menjadi model penelitian.

Langkah-langkah proses penelitian yang dilakukan oleh peneliti diawali dengan penelitian awal untuk menyelidiki permasalahan yang ada pada objek penelitian. Setelah itu dilanjutkan dengan studi pustaka yang menjelaskan tentang landasan teori dari penelitian-penelitian sebelumnya dan hasil penelitian empiris yang menjadi dasar untuk membangun model penelitian. Ini diikuti oleh observasi dan wawancara ditempat, pengumpulan data primer menggunakan survei yaitu tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha pada generasi Z di era digitalisasi. Dalam penelitian ini mencoba untuk melihat Apa alasan Generasi Z menjalankan usaha di Kabupaten Bulungan Tanjung Selor.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada pelaku Usaha Mikro Gen Z di Kota Tanjung Selor, Kalimantan Utara.

Adapun pelaksanaan penelitian skripsi ini direncanakan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 3.1
Rencana Jadwal Kegiatan Penelitian Skripsi Tahun 2025

Waktu Kegiatan	Tahun 2024								Tahun 2025																											
	Nov				Des				Jan				Feb				Mar				Apr				Mei				Jun				Jul			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2		
Observasi Awal																																				
pengajuan Judul																																				
Penyusunan proposal																																				
seminar proposal																																				
Penyebaran kuesioner																																				
Analisis/ Pengolahan data																																				
Penyusunan skripsi																																				
sidang skripsi																																				

Sumber: Dikembangkan untuk penelitian (2025)

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Sugiyono (2018) Mengemukakan bahwa populasi sebagai wilayah secara umum yang terdiri atas obyek/subyek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti lalu dibuat kesimpulannya.

Dalam penelitian ini, peneliti mengambil yaitu seluruh pelaku Usaha Mikro Generasi Z di Tanjung Selor.

3.3.2. Sampel

Menurut (Sugiyono, 2021) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Kesimpulan yang diambil dari sampel tersebut yang akan diberlakukan untuk populasi. Pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan keterbatasan melakukan observasi terhadap seluruh sampel, untuk efisiensi waktu dan biaya untuk menghasilkan generalisasi terhadap populasi dan mengurangi kesalahan penelitian dalam pengambilan sampel. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *Purposive Sampling*.

Menurut (Sugiyono, 2021) teknik *Purposive Sampling* adalah pengambilan sampel dengan menggunakan beberapa pertimbangan tertentu sesuai dengan kriteria yang diinginkan untuk dapat menentukan jumlah sampel yang akan diteliti.

Peneliti menggunakan rumus *Roscoe*. Menurut pendapat Roscoe penentuan sampel dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari variabel yang diteliti (Sugiyono, 2021) yaitu: Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini dapat dihitung sebagai berikut: $n = 10 \times 5 \text{ Variabel} = 50 \text{ Responden}$. Artinya sampel dalam penelitian ini 50 Responden.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- a. Menurut Sugiyono (2017) Angket atau kuesioner merupakan Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab.

- b. Menurut Hardani et al., (2020) wawancara ialah tanya jawab lisan antara dua orang atau lebih secara langsung atau percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (interviewer) yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai (interviewee) yang memberikan jawaban atas
- c. Menurut Sugiyono (2019) studi pustaka merupakan teknik pengumpulan data dengan cara mengumpulkan data dari laporan penelitian, buku-buku ilmiah, artikel, dan jurnal yang berkaitan dengan penelitian.

3.5 Definisi Operasional Variabel

Untuk mengetahui bahwa mekanisme penelitian berjalan optimal, setiap variabel harus didefinisikan secara operasional dengan jelas dan tepat. Definisi fungsional variabel merupakan hasil pemetaan kerangka acuan konseptual yang dibangun menjadi konsep fungsional mulai dari variabel, dimensi, indikator, dan skala pengukuran serta sumber referensi. Setelah definisi operasional dijelaskan dengan jelas, itu harus dimasukkan dalam tabel definisi operasional variabel untuk menjelaskan pemetaan.

Tabel 3.2
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator
Motivasi (X1)	Motivasi adalah respon yang timbul saat seseorang memiliki kebutuhan yang menghasilkan keinginan atau usaha untuk mencapai tujuan tertentu. Respon ini menghasilkan ketegangan, yaitu keinginan yang belum	1. Kerja Keras 2. Orientasi masa depan 3. Usaha Untuk maju 4. Tingkat cita-cita yang tinggi 5. Rekan kerja yang dipilih 6. Ketekunan

	<p>terpenuhi, yang kemudian mendorong individu untuk mengambil tindakan yang mengarahkan mereka menuju tujuan tersebut. Dalam proses ini, ketegangan tersebut akhirnya terpuaskan dan keinginan tersebut terpenuhi.</p> <p>Menurut teori motivasi Maslow dalam Nurhuda (2023)</p>	<p>Menurut Maangkunegara dalam Imelda (2021)</p>
<p><i>Self Efficacy</i> (X2)</p>	<p><i>Self Efficacy</i> adalah keyakinan individu terhadap kemampuannya dalam menyelesaikan suatu usaha. Orang yang percaya diri dengan kemampuannya lebih besar kemungkinannya untuk berhasil, sedangkan orang yang terus-menerus merasa tidak mampu, lebih besar kemungkinannya untuk gagal.</p> <p>Menurut Gunawan (2019)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Yakin dapat menyelesaikan tugas tertentu 2. Yakin dapat memotivasi diri untuk melakukan tindakan yang diperlukan dalam menyelesaikan tugas 3. Yakin bahwa diri mampu berusaha dengan keras, gigih, dan tekun. 4. Yakin bahwa diri mampu menghadapi hambatan dan kesulitan 5. Yakin dapat menyelesaikan permasalahan diberbagai situasi <p>Menurut Brown dkk dalam Nurfadillah (2024)</p>
<p>Dukungan Keluarga (X3)</p>	<p>Dukungan keluarga adalah sikap, tindakan dan penerimaan terhadap tiap-tiap anggota keluarga. Anggota keluarga memandang bahwa orang yang bersifat mendukung selalu siap memberikan pertolongan dan bantuan jika dibutuhkan.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dukungan Penilaian 2. Dukungan Instrumental 3. Dukungan informasional 4. Dukungan Emosional

	<p>Dukungan keluarga diwujudkan dalam kasih sayang, memberi nasehat-nasehat, dan sebagainya kepada sesama anggota keluarga. Dalam lingkungan keluarga setiap individu atau anak memerlukan dukungan orang tua untuk mencapai aktivitas belajar, karena dukungan dan perhatian keluarga ini sangat membantu aktivitas agar lebih maksimal.</p> <p>Menurut Friedman dalam Safitri & Yuniawati, (2016)</p>	<p>Menurut Friedman dalam Fradani (2016)</p>
Lingkungan Sosial (X4)	<p>Lingkungan sosial merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi tindakan seseorang atau kelompok serta perubahan perilaku setiap individu. Lingkungan sosial yang menjadi tempat untuk berinteraksi dengan orang lain, membentuk seseorang dan mempengaruhi perilakunya akan dapat meningkat. Lingkungan sosial ini membentuk suatu sistem sosial yang berperan penting dalam membentuk kepribadian manusia. Lingkungan sosial merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi seseorang atau kelompok untuk melakukan tindakan dan mengubah perilaku setiap individu. Lingkungan sosial merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi seseorang untuk dapat melakukan perilaku individu.</p> <p>Menurut Ahmad (2019)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lingkungan Keluarga 2. Lingkungan sosial masyarakat 3. Media Massa <p>Menurut Purnomo (2022)</p>

Minat Berwirausaha (Y)	Minat berwirausaha merupakan keinginan alami individu untuk menciptakan sebuah usaha, yang kemudian diatur, dikembangkan, dan ditanggung risikonya oleh individu tersebut. Menurut Aris Subandono dalam Mutia, (2022)	1. Perhatian 2. kesenangan 3. Kemauan Djaali, Muhibbin Syah dalam Adhe Okthavionica (2016)
------------------------	--	---

Sumber: Dikembangkan untuk penelitian ini (2025)

3.6 Sumber Data

Sumber data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini dibedakan menjadi dua jenis, yaitu:

a. Data Primer

Menurut Sugiyono (2022), data primer ialah sumber yang langsung yang memberi datanya untuk peneliti, seperti dengan hasil wawancara dan kuesioner. Data ini asalnya dari responden dalam penyebaran kuesioner kepada para pelaku UMKM Generasi Z yang ada di Tanjung Selor.

b. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2022) data sekunder ialah sumber yang tidak langsung dimana memberi data untuk peneliti, data tersebut didapatkan dari sumber yang bisa memberi dukungan penelitian seperti dari literatur dan dokumentasi. Peneliti mendapatkan data sekunder dari penelitian terdahulu, artikel, jurnal dan buku, situs internet, serta informasi lainnya yang berkaitan dengan penelitian.

3.7 Instrumen Penelitian

Menurut Purwanto dalam Sukendra (2020) instrument penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian. Kesalahan menggunakan alat ukur akan berakibat kesalahan dalam menilai atau menginterpretasi sebuah fakta empiris. Alat ukur dalam penelitian manajemen seringkali bersifat kontigensi, yaitu sangat tergantung dari fenomena sosial yang terus berubah dan situasi dan kondisinya relative bisa berbeda-beda di setiap tempat penelitian. Oleh karena itu, memilih alat ukur harus sesuai dengan variabel, dimensi atau indikator, lingkungan sosial penelitian dan harus memenuhi syarat-syarat kehandalan (*reliability*) dan keabsahan (*validity*). Jika penggunaan instrument penelitian tidak sesuai, tidak realibel dan tidak valid, maka hasil penelitian patut untuk diragukan akurasi (Tontowi, 2016).

3.7.1 Uji Validitas

Validitas menurut Sugiyono (2016) menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti untuk mencari validitas sebuah item, kita mengkorelasikan skor item dengan total item-item tersebut. Jika koefisien antara item dengan total item sama atau diatas 0,3 maka item tersebut dinyatakan valid, tetapi jika nilai korelasinya dibawah 0,3 maka item tersebut dinyatakan tidak valid.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dimaksudkan untuk memastikan bahwa instrumen memiliki konsistensi sebagai alat ukur sehingga tingkat keandalannya dapat menunjukkan hasil yang konsisten. Pengujian reliabilitas instrumen dilakukan dengan menggunakan Cronbach Alpha. Definisi menurut Sugiyono (2017), menyatakan bahwa sejauh mana instrumen penelitian dikatakan reliabel jika nilai Cronbach Alpha sebesar 0,6 atau lebih. Dalam penelitian ini memilih 0,6 sebagai koefisien reliabilitas. Adapun kriteria dari pengujian reliabilitas adalah:

1. Jika nilai koefisien reliabilitas $> 0,6$ maka instrumen memiliki reliabilitas yang baik atau dengan kata lain instrumen adalah reliabel atau terpercaya.
2. Jika nilai koefisien reliabilitas $< 0,6$ maka instrumen yang diuji tersebut adalah tidak reliabel.

3.8 Metode Analisis Data

Menurut Sugiyono (2018) yang dimaksud dengan teknik analisis data adalah: “Kegiatan setelah data dari seluruh responden atau data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah: mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk hipotesis yang telah diajukan”.

Dalam penelitian ini, metoda pengolahan data menggunakan komputer dengan software SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 23. SPSS

digunakan untuk bertujuan dalam mendapatkan hasil perhitungan yang akurat serta cepat dalam pengolahan data. Data yang diperoleh dalam penelitian ini akan disajikan dalam menggunakan tabel agar sistematis untuk menganalisis dan lebih mudah dipahami.

Adapun pengujian yang dilakukan dalam SPSS 23 meliputi Uji Asumsi Klasik, Analisis Linear Berganda, dan uji Hipotesis.

3.8.1 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik menurut Riyanto dan Hatmawan (2020) adalah uji persyaratan yang dipergunakan untuk uji regresi yang apabila hasilnya memenuhi asumsi maka akan memberikan hasil koefisien regresi yang linear, tidak biasa, dan juga konsisten. Beberapa alat uji dalam uji asumsi klasik adalah uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heterokedastisitas, dan uji autokorelasi.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan suatu pengujian yang berfungsi untuk menguji apakah data pada variabel bebas dan variabel terikat pada persamaan regresi, menghasilkan data yang berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal (Ghozali, 2018). Model yang digunakan untuk mendeteksi uji normalitas dalam penelitian ini adalah uji One Sample Kolmogorov Smirnov. Selain menggunakan Uji One Sample Kolmogorov Smirnov, penelitian ini juga menggunakan analisis grafik normal P-Plot. Uji Kolmogorov -Smirnov digunakan ketika jumlah sampel lebih dari 50 atau pas 50.

- a. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik Normal Probability Plot menunjukkan pola berdistribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b. Jika data menyebar jauh dari diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik Normal Probability Plot tidak menunjukkan data berdistribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

2. Uji multikolineraritas

Menurut Ghazali (2016) uji multikolineritas adalah melihat adanya atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel bebas dari suatu model regresi linear berganda. Jika ada korelasi yang tinggi diantara variabel bebasnya maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat terganggu. Jadi tidak boleh ada korelasi yang tinggi antara variabel bebas. Kriteria pengambilan keputusan adalah:

- a. Jika nilai *Tolerance* $> 0,1$ dan *VIF* < 10 , maka dapat diartikan bahwa tidak terdapat multikolineritas pada penelitian tersebut.
- b. Jika nilai *Tolerance* $< 0,1$ dan *VIF* > 10 , maka terdapat multikolineritas pada penelitian tersebut.

3. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghazali (2016) uji ini bertujuan untuk melihat apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dan residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang baik adalah apabila tidak terjadi heteroskedastisitas. Jika varian dari residual satu pengamatan dari pengamatan lain

tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika varians berbeda disebut heteroskedastisitas. Langkah untuk mengetahui ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat salah satunya dengan uji Glesjer. Uji ini dilakukan dengan cara membandingkan nilai signifikansi dengan taraf signifikansi sebesar 0,05. Apabila nilai signifikansi lebih besar dari taraf signifikansi, maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas dan begitu juga sebaliknya.

3.9 Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Sugioyono (2017) regresi berganda adalah sebagai berikut: Analisis regresi liner berganda digunakan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen, bila dua atau lebih variabel independent sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Analisis ini digunakan untuk mengetahui hubungan tiga atau lebih variabel, yang terdiri dari satu variabel terikat dan dua atau lebih variabel bebas. Rumus matematika nya adalah sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

Keterangan:

Y: Variabel Terikat (Minat Berwirausaha)

a: Konstanta

X₁: Motivasi

X₂: *Self Efficacy*

X₃: Dukungan Keluarga

X₄: Lingkungan Sosial

β_1 : Koefisien Regresi Variabel Motivasi

β_2 : Koefisien Regresi Variabel *Self efficacy*

β_3 : Koefisien Regresi Variabel Dukungan Keluarga

β_4 : Koefisien Regresi Variabel Lingkungan Sosial

e: Error

3.10 Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Menurut Ghazali (2016) uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Uji t digunakan untuk dapat mengetahui apakah variabel bebas secara parsial berpengaruh terhadap variabel terikat dengan memperhatikan tingkat signifikansi yaitu 0,05 selain nilai signifikansi, uji t juga dapat dilihat dari perbandingan nilai t hitung masing-masing koefisien regresi dengan t tabel (nilai kritis) sesuai dengan tingkat signifikansi yang digunakan. Ketentuan menilai hasil hipotesis uji t adalah digunakan tingkat signifikansi 5% dengan derajat kebebasan $df = n - k$. Kriteria pengujian:

- a. $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau signifikansi $< 0,05$. H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara signifikan.
- b. $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau signifikansi $> 0,05$. H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya variabel independen tidak mempengaruhi variabel dependen secara signifikan.

b. Uji Simultan (Uji F)

Menurut Ghozali (2016) Uji F bertujuan untuk mencari apakah variabel independen secara bersama – sama (stimultan) mempengaruhi variabel dependen. Uji F dilakukan untuk melihat pengaruh dari seluruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Tingkatan yang digunakan adalah sebesar 0.5 atau 5%, jika nilai signifikan $F < 0.05$ maka dapat diartikan bahwa variabel independent secara simultan mempengaruhi variabel dependen ataupun sebaliknya. Uji simultan F (Uji Simultan) digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh secara bersama – sama atau simultan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian statistik Anova merupakan bentuk pengujian hipotesis dimana dapat menarik kesimpulan berdasarkan data atau kelompok statistik yang disimpulkan. Pengambilan keputusan dilihat dari pengujian ini dilakukan dengan melihat nilai F yang terdapat di dalam tabel ANOVA, tingkat signifikansi yang digunakan yaitu sebesar 0,05. Adapun ketentuan dari uji F yaitu sebagai berikut

- a. Jika nilai signifikan $F < 0,05$ maka H^0 ditolak dan H^1 diterima. Artinya semua variabel independent/bebas memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen/terikat.
- b. Jika nilai signifikan $F > 0,05$ maka H^0 diterima dan H^1 Artinya, semua variabel independent/bebas tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen/terikat.

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghazali (2016) koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai R^2 yang lebih kecil berarti kemampuan variabel- variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Setiap tambahan satu variabel independen, maka R^2 pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Oleh karena itu banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai adjusted R square (R^2) pada saat mengevaluasi mana model regresi yang terbaik.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas mengenai analisis data yang diperoleh dari hasil penelitian. Data yang akan diolah diperoleh melalui kuesioner yang disebarkan kepada para responden, dimana dalam penelitian ini yaitu para Generasi Z yang memiliki usaha di Kecamatan Tanjung Selor. Keseluruhan kuesioner yang disebarkan berjumlah 50 responden. Dalam melakukan analisis data ini, penelitian menggunakan bantuan program SPSS 23. Seluruh hasil dari perhitungan komputer akan dilampirkan pada halaman lampiran.

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Tanjung Selor adalah ibu kota Kabupaten Bulungan dan juga ibu kota Provinsi Kalimantan Utara.

Lokasi penelitian ini terdapat di Tanjung Selor, dengan objek penelitian yaitu Generasi Z yang memiliki Usaha. Berdasarkan data dari sprindakop tahun 2024 Jumlah UMKM di Tanjung Selor yaitu sebanyak 5.421 Sebagian dari mereka cukup banyak memutuskan untuk berwirausaha diberbagai bidang seperti makanan (Gorengan, jajanan bakaran, Roti bakar, pentol kuah, kebab, martabak), minuman (booth, es teh, coffe, es teler, es coklat, susu jahe) cafe, sembako, cemilan, olshop dan pencucian motor. Gen Z yang memutuskan berwirausaha tentunya berasal dari berbagai jurusan dan yang telah lulus dari sekolah maupun universitas.

Berikut ini adalah sebagian dari jenis usaha yang dijalankan oleh pelaku usaha mikro Generasi Z yaitu sebagai berikut:

Minuman	Booth	Kebab
		

Sumber: Dokumentasi Penelitian (2025)

Gambar 4.1
Gambar Usaha

Berdasarkan gambar 4.1 di atas bahwa usaha Generasi Z di Tanjung Selor yang paling diminati oleh masyarakat adalah kopi dan cemilan dari pelaku usaha mikro Generasi Z di Tanjung Selor jalankan dan masih banyak lagi berbagai jenis usaha yang bermacam-macam lainnya.

4.2 Karakteristik Responden

Jumlah responden yang dianalisis dalam penelitian ini berjumlah 50 Pelaku usaha mikro Generasi Z di Tanjung Selor. Penelitian ini dilakukan dengan Penyebaran instrumen penelitian dengan kuesioner. Dan dari hasil penelitian ini diperoleh karakteristik yang dibagi berbagai Jenis Usaha, Jenis Kelamin, Usia, Lama Usaha, dan Pendidikan Terakhir

4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usaha

Dari rekapitulasi data yang didapatkan berdasarkan pengisian kuesioner, gambaran karakteristik responden berdasarkan Jenis Usaha dapat dilihat pada tabel berikut:

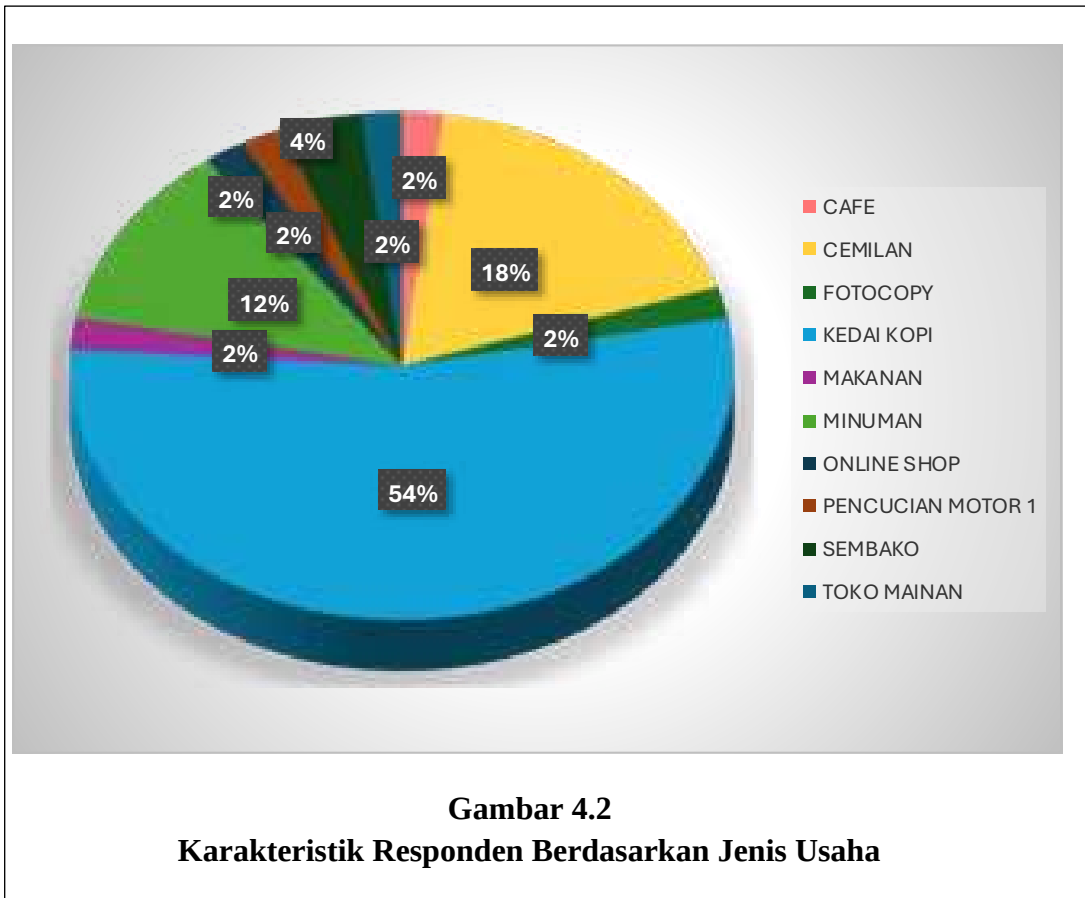
Tabel 4.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usaha

No	Jenis Usaha	Jumlah	Presentase
1	Cafe	1	2%
2	Cemilan	9	18%
3	Fotocopy	1	2%
4	Kedai Kopi	27	54%
5	Makanan	1	2%
6	Minuman	6	12%
7	Online Shop	1	2%
8	Sembako	2	4%
9	Toko Mainan	1	2%
10	Pencucian Motor	1	2%
Total		50	100%

Sumber: Hasil Penelitian (2025)

Dapat diterangkan lebih jelas lagi melalui gambar diagram sebagai berikut:



Sumber: Hasil Penelitian (2025)

Dari data yang diperoleh tabel 4.1 gambar 4.2 jenis usaha yang terbanyak digeluti Generasi Z adalah kedai kopi sebanyak 27 responden atau 54%, kemudian jenis usaha cemilan sebanyak 9 responden atau 18% , setelah itu jenis usaha minuman sebanyak 6 responden atau 12% sedangkan usaha sembako sebanyak 2 responden atau 4 %, dan yang paling sedikit respondennya adalah pada usaha cafe, fotocopy, makanan, online shop, mainan dan pencucian motor masing-masing ada 1 responden atau 2%.

4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

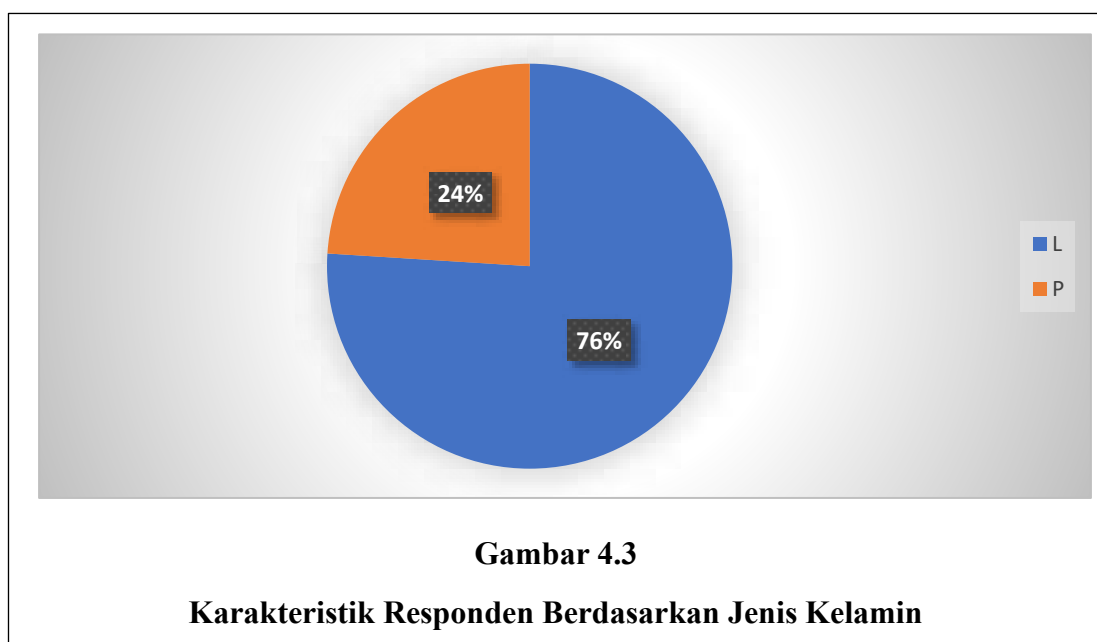
Dari rekapitulasi data yang didapatkan berdasarkan pengisian kuesioner, gambaran karakteristik responden berdasarkan Jenis Kelamin dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
Laki-Laki	38	76%
Perempuan	12	24%
Total	50	100%

Sumber: Hasil Penelitian (2025)

Dapat diterangkan lebih jelas lagi melalui gambar diagram sebagai berikut:



Sumber: Hasil Penelitian (2025)

Dari tabel 4.2 dan gambar 4.3 diatas, dapat dilihat bahwa jumlah 50 Responden yang mengisi kuesioner, jumlah yang paling dominan adalah berjenis kelamin laki laki yaitu sebanyak 38 Responden atau 76% selanjutnya perempuan

yaitu 12 responden atau 24%.

4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

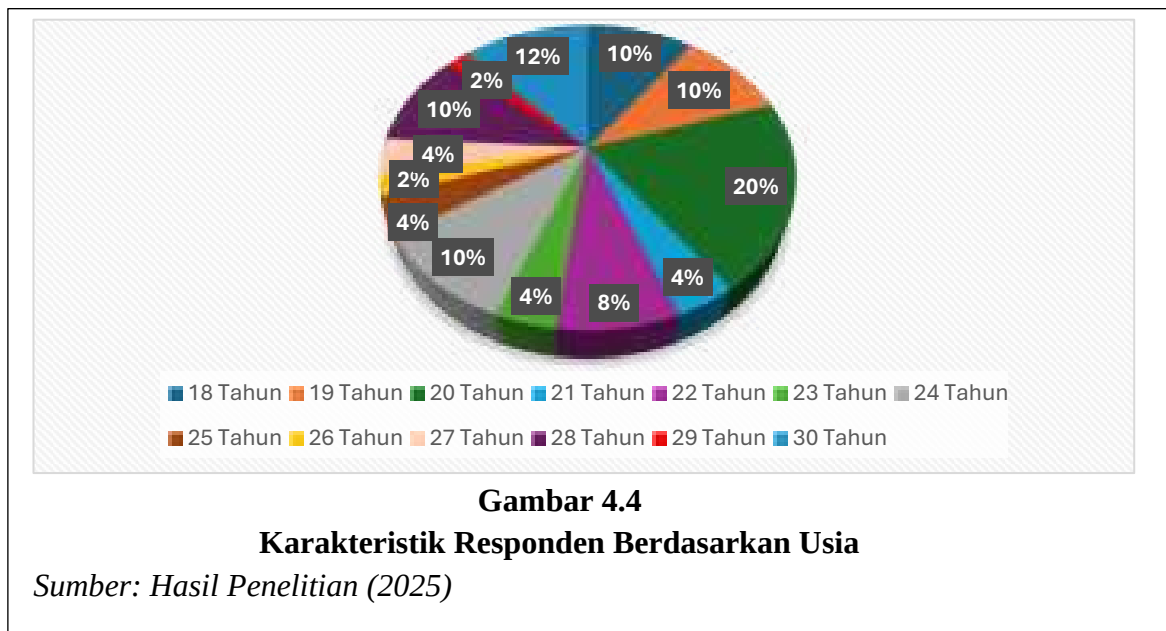
Dari rekapitulasi data yang didapatkan berdasarkan pengisian kuesioner, gambaran karakteristik responden dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	Presentase
1	18 Tahun	5	10%
2	19 Tahun	5	10%
3	20 Tahun	10	20%
4	21 Tahun	2	4%
5	22 Tahun	4	8%
6	23 Tahun	2	4%
7	24 Tahun	5	10%
8	25 Tahun	2	4%
9	26 Tahun	1	2%
10	27 Tahun	2	4%
11	28 Tahun	5	10%
12	29 Tahun	1	2%
13	30 Tahun	6	12%
Total		50	100%

Sumber: Hasil Penelitian (2025)

Dapat diterangkan lebih jelas lagi melalui gambar diagram sebagai berikut:



Dari tabel 4.3 dan gambar 4.4 diatas dapat dilihat bahwa pelaku usaha mikro Gen z adalah usia yang paling dominan yaitu berusia 20 tahun sebanyak 10 responden atau 20%, setelah itu yang berusia 30 tahun sebanyak 6 responden atau 12%, kemudian yang berusia 18, 19, 24 dan 28 tahun sebanyak 5 responden atau 10%, kemudian diikuti yang berusia 22 tahun sebanyak 4 responden atau 8%, selanjutnya yang berusia 21 tahun, 23, 25, dan 27 tahun sebanyak 2 responden atau 4%, dan yang paling rendah responden yang berusia 26 dan 29 tahun yaitu sebanyak 1 responden atau 2%.

4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha

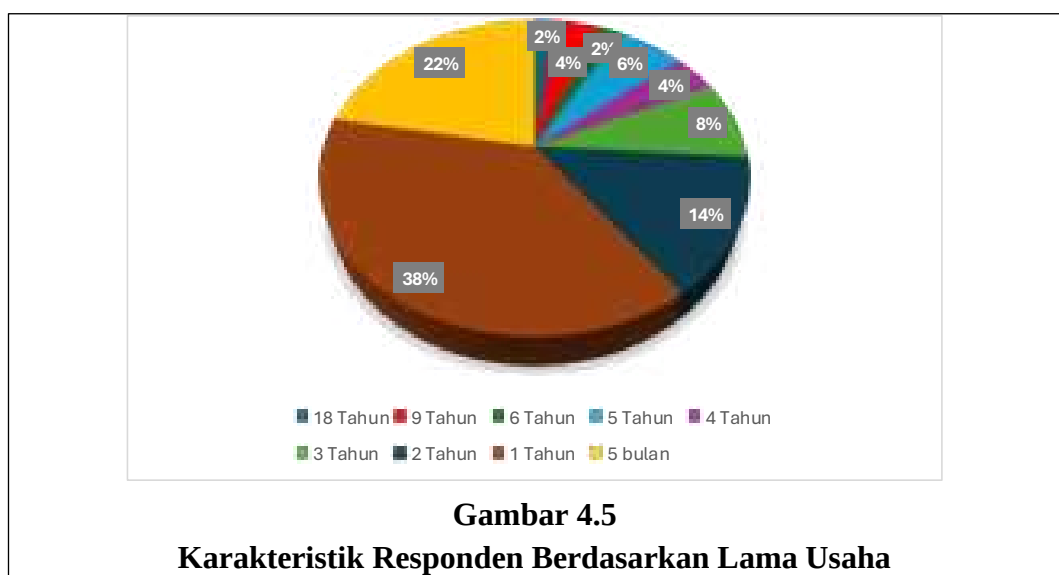
Dari rekapitulasi data yang didapatkan berdasarkan pengisian kuesioner, gambaran karakteristik responden berdasarkan lamanya usaha beroperasi dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha

No	Lama Usaha	Jumlah	Presentase
1.	18 Tahun	1	2%
2.	9 Tahun	2	4%
3.	6 Tahun	1	2%
4.	5 Tahun	3	6%
5.	4 Tahun	2	4%
6.	3 Tahun	4	8%
7.	2 Tahun	7	14%
8.	1 Tahun	19	38%
9.	5 Bulan	11	22%
Total		50	100%

Sumber: Hasil Penelitian (2025)

Dapat diterangkan lebih jelas lagi melalui gambar diagram sebagai berikut:



Sumber: Hasil Penelitian (2025)

Dari tabel 4.4 dan gambar 4.5 dapat dilihat bahwa lamanya usaha yang dijalankan oleh pelaku usaha Gen Z yang paling dominan adalah 1 tahun yaitu sebanyak 19 responden atau 38%, selanjutnya lama usaha yang kurang dari 1 (satu) tahun yaitu 5 bulan sebanyak 11 responden atau 22%, kemudian 2 tahun sebanyak 7 responden atau 14%, setelah itu 3 tahun sebanyak 4 responden atau 8%, kemudian diikuti 5 tahun sebanyak 3 responden atau 6%, setelah itu 9 dan 4 tahun memiliki 2 responden atau 4%, dan yang paling sedikit 18 dan 6 tahun sebanyak 1 responden atau 1 %.

4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Dari rekapitulasi data yang didapatkan berdasarkan pengisian keusioner, gambaran karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir beroperasi dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.5

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah	Presentase
1.	SMA	22	44%
2.	SMK	17	34%
3.	SMP	2	4%
4.	S1	9	18%
Total		50	100%

Sumber: Hasil Penelitian (2025)

Dapat diterangkan lebih jelas lagi melalui gambar diagram sebagai berikut:



Sumber: Hasil Penelitian (2025)

Dari tabel 4.5 dan gambar 4.6 diatas, dapat dilihat bahwa pelaku usaha Generasi Z yang dominan memiliki latar belakang pendidikan terakhir yaitu, SMA sebanyak 22 responden atau 44%, kemudian SMK sebanyak 17 responden atau 34%, kemudian di ikuti pendidikan terakhir S1 (sarjana) sebanyak 9 responden atau 18% dan yang paling kecil yaitu pendidikan terakhir lulusan SMP yang berjumlah 2 responden 4%.

4.2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Usaha Generasi Z

Dari rekapitulasi data yang didapatkan berdasarkan pengisian kuesioner, gambaran karakteristik responden berdasarkan penghasilan usaha Generasi Z dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.6
Karakteristik responden Berdasarkan Penghasilan Usaha Generasi Z

Nama Usaha	Penghasilan Perhari (Rp)
Usaha kedai kopi	Berkisar 500.000-2.000.000
Usaha Makanan/ Minuman	Berkisar 900.000-3.000.000
Cafe	Berkisar 1.000.000-8.000.000
Usaha Olshop	Berkisar 300.000-2.000.000
Usaha Cemilan	Berkisar 500.000-800.000
Sembako	Berkisar 500.000-3.000.000
Pencucian Motor	Berkisar 300.000-600.000

Sumber: Hasil Penelitian (2025)

Dari tabel 4.6 diatas, dapat dilihat bahwa usaha dengan penghasilan perhari terbesar adalah cafe memiliki penghasilan per hari sebanyak Rp 1.000.000-8.000.000, kemudian usaha makanan/minuman memiliki penghasilan per hari sebanyak Rp 900.000-3.000.000, selanjutnya usaha kedai kopi memiliki penghasilan perhari sebanyak 500.000-2.000.000, kemudian diikuti oleh usaha olshop yang memiliki penghasilan perhari sebanyak 300.000-2.000.000, setelah itu usaha sembako yang memiliki penghasilan perhari sebanyak 500.000-3.000.000, kemudian usaha cemilan memiliki penghasilan perhari sebanyak 500.000-800.000 dan penghasilan yang paling terendah yaitu pencucian motor memiliki penghasilan perhari sebanyak Rp 300.000-600.000.

4.3 Hasil Uji Instrumen Penelitian

Menurut Purwanto dalam Sukendra (2020) instrument penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian. Kesalahan menggunakan alat ukur akan berakibat kesalahan dalam menilai atau

menginterpretasi sebuah fakta empiris. Alat ukur dalam penelitian manajemen seringkali bersifat kontigensi, yaitu sangat tergantung dari fenomena sosial yang terus berubah dan situasi dan kondisinya relative bisa berbeda-beda di setiap tempat penelitian.

4.3.1 Uji Validitas

Validitas menurut Sugiyono (2016) menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti untuk mencari validitas sebuah item, kita mengkorelasikan skor item dengan total item-item tersebut. Jika koefisien antara item dengan total item sama atau diatas 0,3 maka item tersebut dinyatakan valid, tetapi jika nilai korelasinya dibawah 0,3 maka item tersebut dinyatakan tidak valid.

Tabel 4.7

Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	Korelasi	Keterangan
Motivasi (X1)	X1.1	0,614	Valid
	X1.2	0,775	Valid
	X1.3	0,596	Valid
	X1.4	0,712	Valid
	X1.5	0,570	Valid
	X1.6	0,675	Valid
<i>Self Efficacy</i> (X2)	X2.1	0,645	Valid
	X2.2	0,800	Valid
	X2.3	0,733	Valid
	X2.4	0,772	Valid
	X2.5	0,768	Valid
Dukungan	X3.1	0,674	Valid

Keluarga (X3)	X3.2	0,672	Valid
	X3.3	0,808	Valid
	X3.4	0,782	Valid
Lingkungan Sosial (X4)	X4.1	0,807	Valid
	X4.2	0,678	Valid
	X4.3	0,830	Valid
Minat Berwirausaha (Y)	Y1	0,852	Valid
	Y2	0,794	Valid
	Y3	0,766	Valid

Sumber: Data Diolah (2025)

Dari tabel 4.7 diatas terlihat bahwa variabel Motivasi (X1) memiliki enam indikator, dengan nilai korelasi pearson antara 0,570 sampai dengan 0,775 dari besarnya korelasi tersebut, terlihat seluruh nilai lebih besar dari 0,30, sehingga item pernyataanya dinyatakan valid. Pada variabel *Self Efficacy* (X2) memiliki lima indikator, dengan nilai korelasi pearson antara 0,645 sampai dengan 0,800 dari besarnya korelasi tersebut, terlihat bahwa seluruh nilai lebih besar 0,30, sehingga seluruh item pernyataan dinyatakan valid. Pada variabel Dukungan Keluarga (X3) memiliki empat indikator dengan nilai korelasi pearson antara 0,672 sampai dengan 0,808 dari besarnya korelasi tersebut terlihat bahwa seluruh nilai lebih besar dari 0,30, sehingga item pernyataan dinyatakan valid. Pada variabel Lingkungan Sosial (X4) memiliki tiga indikator dengan nilai korelasi pearson antara 0,678 sampai dengan 0,830 dari besarnya korelasi tersebut terlihat bahwa seluruh nilai lebih besar dari 0,30, sehingga item pernyataan dinyatakan valid. Pada variabel Minat Berwirausaha (Y) memiliki tiga indikator dengan nilai korelasi pearson antara 0,766 sampai dengan 0,852 dari besarnya korelasi tersebut terlihat

bahwa seluruh nilai lebih besar dari 0,30 sehingga item pernyataan dinyatakan valid.

4.3.2 Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dimaksudkan untuk memastikan bahwa instrumen memiliki konsistensi sebagai alat ukur sehingga tingkat kehandalannya dapat menunjukkan hasil yang konsisten. Pengujian reliabilitas instrumen dilakukan dengan menggunakan Cronbach Alpha. Definisi menurut Sugiyono (2017), menyatakan bahwa sejauh mana instrumen penelitian dikatakan reliabel jika nilai Cronbach Alpha sebesar 0,6 atau lebih. Dalam penelitian ini memilih 0,6 sebagai koefisien reliabilitas. Adapun kriteria dari pengujian reliabilitas adalah:

1. Jika nilai koefisien reliabilitas $> 0,6$ maka instrumen memiliki reliabilitas yang baik atau dengan kata lain instrumen adalah reliabel atau terpercaya.
2. Jika nilai koefisien reliabilitas $< 0,6$ maka instrumen yang diuji tersebut adalah tidak reliabel.

Tabel 4.8
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Reliability coefficients</i>	<i>Cronbach Alpha</i>	keterangan
Motivasi (X1)	6 item	0,731	Reliabel
<i>Self Efficacy</i> (X2)	5 item	0,798	Reliabel
Dukungan Keluarga (X3)	4 item	0,714	Reliabel
Lingkungan Sosial (X4)	3 item	0,659	Reliabel
Minat Berwirausaha (Y)	3 item	0,727	Reliabel

Sumber: Data Diolah (2025)

Dari tabel 4.8 dapat diketahui bahwa semua variabel yaitu Motivasi (X1), *Self Efficacy* (X2), Dukungan Keluarga (X3), Lingkungan Sosial (X4) dan Minat Berwirausaha (Y) masing-masing memiliki nilai *Cronbach* yaitu sebesar 0,731, 0,798, 0,714, 0,659, dan 0,727. Karena nilai *Cronbach* $> 0,6$ sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel tersebut dinyatakan Reliabel.

4.4 Analisis Deskripsi Variabel Penelitian

Variabel dalam penelitian ini diukur dengan instrumen kuesioner dengan pertanyaan tertutup menggunakan lima pilihan jawaban yaitu: Sangat Tidak Setuju (STS) skor 1, Tidak Setuju (TS) skor 2, Netral (N) skor 3, Setuju (S) skor 4, dan Sangat Setuju (SS) skor 5. Tujuan dari deskripsi variabel penelitian yang merupakan bagian dari analisis statistika deskriptif adalah untuk mengetahui distribusi frekuensi jawaban responden terhadap kuesioner yang dibagikan dan menggambarkan secara mendalam mengenai variabel Motivasi (X1), *Self Efficacy* (X2), Dukungan Keluarga (X3), Lingkungan Sosial (X4) dan Minat Berwirausaha (Y) yang dianalisis dalam penelitian ini. Distribusi frekuensi tersebut diperoleh dari hasil tabulasi skor jawaban responden. Adapun penelitian kuantitatif terhadap hasil tabulasi jawaban responden adalah sebagai berikut.

Tabel 4.9
Tabel Nilai dan Predikat

Nilai	Kualifikasi
0.1 – 1.0	Sangat Buruk
1.1 – 2.0	Buruk
2.1 – 3.0	Cukup
3.1 – 4.0	Baik
4.1 – 5.0	Sangat Baik

Sumber: (Tontowi, 2016)

4.4.1 Deskripsi Variabel Motivasi

Pada variabel Motivasi (X1) kerja keras (X1.1), Orientasi Masa Depan (X1.2), Usaha Untuk Maju (X1.3), Tingkat Cita-Cita Yang Tinggi (X1.4), Rekan Kerja Yang Dipilih (X1.5), Ketekunan (X6). Hasil distribusi frekuensi jawaban responden pada variabel ini disajikan sebagaimana tabel 4.10 berikut.

Tabel 4.10
Deskripsi Variabel Motivasi (X1)

No	Pertanyaan	Skor Jawaban Responden					Jumlah	Rata-Rata
		STS	TS	N	S	SS		
1.	X1.1	0	0	0	18	32	50	4,64%
		0%	0%	0%	36%	64%	100%	
2.	X1.2	0	0	0	19	31	50	4,62%
		0%	0%	0%	38%	62%	100%	
3.	X1.3	0	0	0	16	34	50	4,68%
		0%	0%	0%	32%	68%	100%	
4.	X1.4	0	1	0	24	25	50	4,46%
		0%	2%	0%	48%	50%	100%	
5.	X1.5	0	1	0	30	19	50	4,34%
		0%	2%	0%	60%	38%	100%	
6.	X1.6	0	0	0	20	30	50	4,60%
		0%	0%	0%	40%	60%	100%	
Rata-rata Skor Variabel								4,56%

Sumber: Data Diolah (2025)

Dari tabel 4.10 dapat diketahui bahwa variabel motivasi (X1) dari indikator kerja keras (X1.1) dengan pernyataan saya selalu bekerja keras dalam menjalankan wirausaha, didominasi oleh jawaban responden yaitu sangat setuju (SS) dengan jumlah 32 Responden atau 64%. Hal ini menunjukkan bahwa responden umumnya memberikan respon sangat setuju pada pernyataan tersebut dan memiliki rata-rata 4,64% dan dikatakan sangat baik.

Pada Indikator orientasi masa depan (X1.2) dengan pernyataan, saya memilki harapan masa depan yang baik, didominasi oleh jawaban resFponden

yaitu sangat setuju (SS) dengan jumlah 31 responden atau 62%. Hal ini menunjukkan bahwa responden umumnya memberikan respon sangat setuju pada pernyataan tersebut dan memiliki rata-rata 4,62% dan dikatakan sangat baik.

Pada indikator usaha untuk maju (X1.3) dengan pernyataan, saya selalu berusaha untuk maju dalam menjalankan usaha, didominasi oleh jawaban responden yaitu sangat setuju (SS) dengan jumlah 34 responden atau 68%. Hal ini menunjukkan bahwa responden umumnya memberikan respon sangat setuju pada pernyataan tersebut dan memiliki rata-rata 4,68% dan dikatakan sangat baik.

Pada indikator tingkat cita-cita yang tinggi (X1.4) dengan pernyataan, saya memiliki cita-cita yang tinggi dalam menjalankan usaha ini, didominasi oleh jawaban responden yaitu sangat setuju (SS) dengan jumlah 25 responden atau 50%. Hal ini menunjukkan bahwa responden umumnya memberikan respon sangat setuju pada pernyataan tersebut dan memiliki rata-rata 4,46% dan dikatakan sangat baik.

Pada indikator rekan kerja yang dipilih (X1.5) dengan pernyataan, saya selalu menjalin kerja sama dengan rekan kerja yang dimiliki atau yang ada, didominasi oleh jawaban responden yaitu setuju (S) dengan jumlah 30 responden atau 60%. Hal ini menunjukkan bahwa responden umumnya memberikan respon setuju pada pernyataan tersebut dan memiliki rata-rata 4,34% dan dikatakan sangat baik.

Pada indikator ketekunan (X1.6) dengan pernyataan, saya sangat tekun dalam mengelola usaha ini, didominasi oleh jawaban responden yaitu sangat setuju (SS) dengan jumlah 30 responden atau 60%. Hal ini menunjukkan bahwa respon

umumnya memberikan respon sangat setuju pada pernyataan tersebut dan memiliki rata-rata 4,60% dan dikatakan sangat baik.

Pada variabel motivasi rata-rata jawaban responden pada enam indikator berkisar pada nilai 4,34% - 4,68% dengan jumlah rata-rata skor variabel secara keseluruhan adalah sebesar 4,56%. Hal ini menunjukkan sesuai pandangan responden terhadap motivasi (pada pelaku usaha Gen z) di Tanjung Selor berada pada kriteria sangat baik.

4.4.2 Deskripsi Variabel *Self Efficacy*

Pada variabel *Self Efficacy* (X2) yakin dapat menyelesaikan tugas tertentu (X2.1), yakin dapat memotivasi diri untuk melakukan tindakan yang diperlukan dalam menyelesaikan tugas (X2.2), yakin bahwa dirinya mampu berusaha dengan keras gigih dan tekun (X2.3), yakin bahwa diri mampu menghadapi hambatan dan kesulitan (X2.4), yakin dapat menyelesaikan tugas yang memiliki ukuran yang luas ataupun sempit (*spesifik*). Hasil distribusi frekuensi jawaban responden pada variabel ini disajikan sebagaimana tabel 4.11 berikut

Tabel 4.11
Deskripsi Variabel *Self Efficacy* (X2)

No	Pertanyaan	Skor Jawaban Responden					Jumlah	Rata-Rata
		STS	TS	N	S	SS		
1.	X2.1	0	0	0	18	32	50	4,64%
		0%	0%	0%	36%	64%	100%	
2.	X2.2	0	1	0	19	30	50	4,56%
		0%	2%	0%	38%	60%	100%	
3.	X2.3	0	0	0	22	28	50	4,56%
		0%	0%	0%	44%	56%	100%	
4.	X2.4	0	0	0	24	26	50	4,52%
		0%	0%	0%	48%	52%	100%	
5.	X2.5	0	1	0	31	18	50	4,32%

		0%	2%	0%	62%	36%	100%	
Rata- rata Skor Variabel								4,52%

Sumber: Data Diolah (2025)

Dari tabel 4.11 dapat diketahui bahwa variabel *self efficacy* (X2) dari indikator yakin dapat menyelesaikan tugas tertentu (X2.1) dengan pernyataan, saya yakin dan mampu menyelesaikan pekerjaan dengan baik, didominasi oleh jawaban responden yaitu sangat setuju (SS) dengan jumlah 32 Responden atau 64%. Hal ini menunjukkan bahwa responden umumnya memberikan respon sangat setuju pada pernyataan tersebut dan memiliki rata-rata 4,64% dan dikatakan sangat baik.

Pada Indikator yakin dapat memotivasi diri untuk melakukan tindakan yang diperlukan dalam menyelesaikan tugas (X2.2) dengan pernyataan, dengan kemampuan yang saya miliki saya semakin percaya diri dalam menyelesaikan berbagai pekerjaan ,didominasi oleh jawaban responden yaitu sangat setuju (SS) dengan jumlah 30 responden atau 60%. Hal ini menunjukkan bahwa responden umumnya memberikan respon sangat setuju pada pernyataan tersebut dan memiliki rata-rata 4,56% dan dikatakan sangat baik.

Pada indikator yakin bahwa dirinya mampu berusaha dengan keras , gigih dan tekun (X2.3) dengan pernyataan, saya tidak mudah menyerah dengan masalah yang kemungkinan datang, didominasi oleh jawaban responden yaitu sangat setuju (SS) dengan jumlah 28 responden atau 56%. Hal ini menunjukkan bahwa responden umumnya memberikan respon sangat setuju pada pernyataan tersebut dan memiliki rata-rata 4,56% dan dikatakan sangat baik.

Pada indikator yakin bahwa diri mampu menghadapi hambatan dan kesulitan (X2.4) dengan pernyataan, saya yakin dan mampu bertahan menghadapi

berbagai hambatan dan kesulitan, didominasi oleh jawaban responden yaitu sangat setuju (SS) dengan jumlah 26 responden atau 52%. Hal ini menunjukkan bahwa responden umumnya memberikan respon sangat setuju pada pernyataan tersebut dan memiliki rata-rata 4,52% dan dikatakan sangat baik.

Pada indikator yakin dapat menyelesaikan tugas yang memiliki ukuran yang luas ataupun sempit (*spesifik*) (X2.5) dengan pernyataan, saya yakin dapat menyelesaikan permasalahan diberbagai situasi, didominasi oleh jawaban responden yaitu setuju (S) dengan jumlah 31 responden atau 62%. Hal ini menunjukkan bahwa responden umumnya memberikan respon sangat setuju pada pernyataan tersebut dan memiliki rata-rata 4,32% dan dikatakan sangat baik.

Pada variabel *Self Efficacy* rata-rata jawaban responden pada lima indikator berkisar pada nilai 4,32% - 4,64% dengan jumlah rata-rata skor variabel secara keseluruhan adalah sebesar 4,52%. Hal ini menunjukkan sesuai pandangan responden terhadap *Self Efficacy* (pada pelaku usaha Gen z) di Tanjung Selor berada pada kriteria sangat baik.

4.4.3 Deskripsi Variabel Dukungan Keluarga (X3)

Pada variabel Dukungan keluarga (X3), Dukungan penilaian (X3.1), Dukungan instrumental (X3.2), Dukungan informasional (X3.3), Dukungan emosional (X3.4). Hasil distribusi frekuensi jawaban responden pada variabel ini disajikan sebagaimana tabel 4.12 berikut:

Tabel 4.12
Deskripsi Variabel Dukungan Keluarga (X3)

No	Pertanyaan	Skor Jawaban Responden					Jumlah	Rata-Rata
		STS	TS	N	S	SS		
1.	X3.1	0	0	0	30	20	50	4,40%
		0%	0%	0%	60%	40%	100%	
2.	X3.2	0	0	0	23	27	50	4,54%
		0%	0%	0%	46%	54%	100%	
3.	X3.3	0	1	0	24	25	50	4,46%
		0%	2%	0%	48%	50%	100%	
4.	X3.4	0	2	0	24	24	50	4,40%
		0%	4%	0%	48%	48%	100%	
Rata-rata Skor Variabel								4,45%

Sumber: Data Diolah (2025)

Dari tabel 4.12 dapat diketahui bahwa variabel Dukungan keluarga (X3) dari indikator Dukungan penilaian (X3.1) dengan pernyataan, orang tua saya terbuka dalam berdiskusi mengenai rencana saya untuk berwirausaha, didominasi oleh jawaban responden yaitu setuju (S) dengan jumlah 30 Responden atau 60%. Hal ini menunjukkan bahwa responden umumnya memberikan respon sangat setuju pada pernyataan tersebut dan memiliki rata-rata 4,40% dan dikatakan sangat baik.

Pada Indikator Dukungan instumental (X3.2) dengan pernyataan, orang tua saya memberikan moril untuk mendukung usaha saya, didominasi oleh jawaban responden yaitu sangat setuju (SS) dengan jumlah 27 responden atau 54%. Hal ini menunjukkan bahwa responden umumnya memberikan respon sangat setuju pada pernyataan tersebut dan memiliki rata-rata 4,54% dan dikatakan sangat baik.

Pada indikator Dukungan informasional (X3.3) dengan pernyataan, ketika saya menghadapi kesulitan dalam berwirausaha keluarga saya membantu

memberikan solusi, didominasi oleh jawaban responden yaitu sangat setuju (SS) dengan jumlah 25 responden atau 50%. Hal ini menunjukkan bahwa responden umumnya memberikan respon sangat setuju pada pernyataan tersebut dan memiliki rata-rata 4,46% dan dikatakan sangat baik.

Pada indikator Dukungan emosional (X3.4) dengan pernyataan, saya merasa didukung secara emosional oleh keluarga dalam mengambil keputusan berwirausaha, didominasi oleh jawaban responden yaitu sangat setuju (SS) dan setuju (S) dengan jumlah 24 responden atau 48%. Hal ini menunjukkan bahwa responden umumnya memberikan respon sangat setuju pada pernyataan tersebut dan memiliki rata-rata 4,40% dan dikatakan sangat baik.

Pada variabel Dukungan Keluarga rata-rata jawaban responden pada empat indikator berkisar pada nilai 4,40% - 4,54% dengan jumlah rata-rata skor variabel secara keseluruhan adalah sebesar 4,45%. Hal ini menunjukkan sesuai pandangan responden terhadap Dukungan Keluarga (pada pelaku usaha Gen z) di Tanjung Selor berada pada kriteria sangat baik.

4.4.4 Deskripsi Variabel Lingkungan sosial (X4)

Pada variabel lingkungan sosial (X4), Lingkungan keluarga (X4.1), Lingkungan sosial masyarakat (X4.2), Media massa (X4.3). Hasil distribusi frekuensi jawaban responden pada variabel ini disajikan sebagaimana tabel 4.13 berikut:

Tabel 4.13
Deskripsi Variabel Lingkungan Sosial (X4)

No	Pertanyaan	Skor Jawaban Responden					Jumlah	Rata-Rata
		STS	TS	N	S	SS		
1.	X4.1	0	1	0	15	34	50	4,64%
		0%	2%	0%	30%	68%	100%	
2.	X4.2	0	1	0	23	26	50	4,48%
		0%	2%	0%	46%	52%	100%	
3.	X4.3	0	1	0	19	30	50	
		0%	2%	0%	38%	60%	100%	4,56%
Rata-rata Skor Variabel								4,56%

Sumber: Data Diolah (2025)

Dari tabel 4.13 dapat diketahui bahwa variabel lingkungan sosial (X4) dari indikator Lingkungan keluarga (X4.1) dengan pernyataan, anggota keluarga saya sering memberikan contoh tentang kemandirian ekonomi, didominasi oleh jawaban responden yaitu sangat setuju (SS) dengan jumlah 34 Responden atau 68%. Hal ini menunjukkan bahwa responden umumnya memberikan respon sangat setuju pada pernyataan tersebut dan memiliki rata-rata 4,64% dan dikatakan sangat baik.

Pada Indikator lingkungan sosial masyarakat (X4.2) dengan pernyataan, saya mendapatkan motivasi untuk berwirausaha dalam keluarga saya, didominasi oleh jawaban responden yaitu sangat setuju (SS) dengan jumlah 26 responden atau 52%. Hal ini menunjukkan bahwa responden umumnya memberikan respon sangat setuju pada pernyataan tersebut dan memiliki rata-rata 4,48% dan dikatakan sangat baik.

Pada Indikator lingkungan sosial masyarakat (X4.3) dengan pernyataan, media online membantu saya memahami peluang usaha di era digitalisasi, didominasi oleh jawaban responden yaitu sangat setuju (SS) dengan jumlah 30

responden atau 60%. Hal ini menunjukkan bahwa responden umumnya memberikan respon sangat setuju pada pernyataan tersebut dan memiliki rata-rata 4,56% dan dikatakan sangat baik.

Pada variabel Lingkungan Sosial rata-rata jawaban responden pada tiga indikator berkisar pada nilai 4,48% - 4,64% dengan jumlah rata-rata skor variabel secara keseluruhan adalah sebesar 4,56%. Hal ini menunjukkan sesuai pandangan responden terhadap Lingkungan Sosial (pada pelaku usaha Gen z) di Tanjung Selor berada pada kriteria sangat baik.

4.4.5 Deskripsi Variabel Minat Berwirausaha (Y)

Pada variabel minat berwirausaha (Y), Perhatian (Y1), Kesenangan (Y2), Kemauan (Y3). Hasil distribusi frekuensi jawaban responden pada variabel ini disajikan sebagaimana tabel 4.14 berikut:

Tabel 4.14
Deskripsi Variabel Minat Berwirausaha (Y)

No	Pertanyaan	Skor Jawaban Responden					Jumlah	Rata- Rata
		STS	TS	N	S	SS		
1.	Y1	0	0	0	21	29	50	4,58%
		0%	0%	0%	42%	58%	100%	
2.	Y2	0	0	0	20	30	50	4,60%
		0%	0%	0%	40%	60%	100%	
3.	Y3	0	0	0	17	33	50	4,66%
		0%	0%	0%	34%	66%	100%	
Rata-rata Skor Variabel								4,61%

Sumber: Data Diolah (2025)

Dari tabel 4.14 dapat diketahui bahwa variabel Minat berwirausaha (Y) dari indikator Perhatian (Y1) dengan pernyataan, saya menaruh perhatian besar untuk

menjadi wirausaha, didominasi oleh jawaban responden yaitu sangat setuju (SS) dengan jumlah 29 Responden atau 58%. Hal ini menunjukkan bahwa responden umumnya memberikan respon sangat setuju pada pernyataan tersebut dan memiliki rata-rata 4,58% dan dikatakan sangat baik.

Pada Indikator kesenangan (Y2) dengan pernyataan, saya sangat senang dengan kegiatan berwirausaha, didominasi oleh jawaban responden yaitu sangat setuju (SS) dengan jumlah 30 responden atau 60%. Hal ini menunjukkan bahwa responden umumnya memberikan respon sangat setuju pada pernyataan tersebut dan memiliki rata-rata 4,60% dan dikatakan sangat baik.

Pada Indikator kemauan (Y3) dengan pernyataan, saya memiliki kemauan yang kuat untuk menjalankan kegiatan wirausaha, didominasi oleh jawaban responden yaitu sangat setuju (SS) dengan jumlah 33 responden atau 66%. Hal ini menunjukkan bahwa responden umumnya memberikan respon sangat setuju pada pernyataan tersebut dan memiliki rata-rata 4,66% dan dikatakan sangat baik.

Pada variabel Minat berwirausaha rata-rata jawaban responden pada tiga indikator berkisar pada nilai 4,58% - 4,66% dengan jumlah rata-rata skor variabel secara keseluruhan adalah sebesar 4,61%. Hal ini menunjukkan sesuai pandangan responden terhadap Minat berwirausaha (pada pelaku usaha Gen z) di Tanjung Selor berada pada kriteria sangat baik.

4.5 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik menurut Riyanto dan Hatmawan (2020) adalah uji persyaratan yang dipergunakan untuk uji regresi yang apabila hasilnya memenuhi

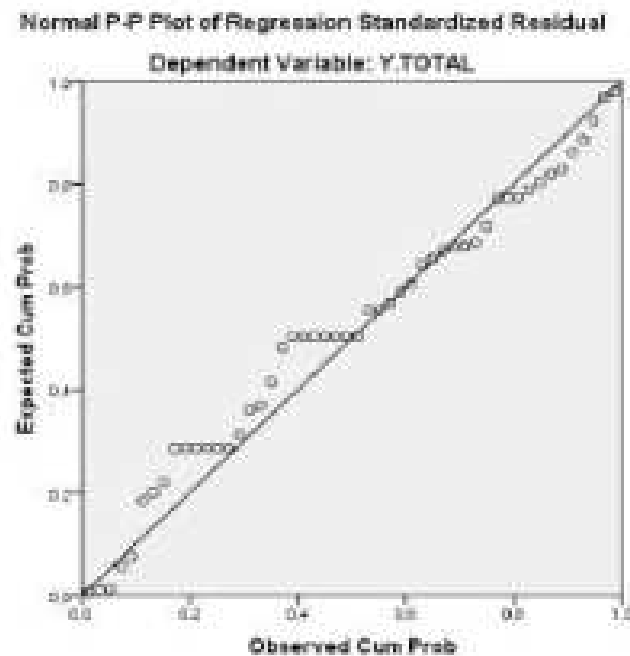
asumsi maka akan memberikan hasil koefisien regresi yang linear, tidak biasa, dan juga konsisten.

4.5.1 Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan suatu pengujian yang berfungsi untuk menguji apakah data pada variabel bebas dan variabel terikat pada persamaan regresi, menghasilkan data yang berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal (Ghozali, 2018). Model yang digunakan untuk mendeteksi uji normalitas dalam penelitian ini adalah uji *One Sample Kolmogorov Smirnov*. Selain menggunakan *Uji One Sample Kolmogorov Smirnov*, penelitian ini juga menggunakan analisis grafik normal P-Plot.

Syarat dalam analisis grafik normal probability plot adalah:

1. Jika titik menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya, maka model regresi berdistribusi normal.
2. Jika titik menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal atau arah garis histogramnya, maka model regresi tidak berdistribusi normal.



Gambar 4.7

Uji Normalitas

Sumber: Olah Data SPSS 23 (2025)

Dari hasil pengolahan data, muncul kelima output diatas terlihat bahwa kelimanya memiliki ciri-ciri yang sama yaitu titik-titik berada diantara garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa kelima variabel tersebut normal. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa kelima variabel tersebut dapat digunakan sebagai data penelitian.

Tabel 4.15
Nilai Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,79331643
Most Extreme Differences	Absolute	,123
	Positive	,062
	Negative	-,123
Test Statistic		,123
Asymp. Sig. (2-tailed)		,056 ^c

Sumber: Olah Data SPSS 23 (2025)

Pada tabel 4.15 Uji Kolomograv Smirnov menunjukkan bahwa residual data yang didapat tersebut mengikuti distribusi normal. Menurut Ghozali (2016) pada uji *One Sample Kologorov Smirnov* yaitu dengan ketentuan apabila nilai signifikan diatas 5% atau 0,05 maka data memiliki distribusi normal. Dari hasil uji normalitas metode *Kolmogorov Smirnov* didapatkan hasil sebesar 0,056 yang artinya terdistribusi normal atau normalitas.

4.5.2 Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2016) uji multikolinearitas adalah melihat adanya atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel bebas dari suatu model regresi linear berganda. Jika ada korelasi yang tinggi diantara variabel bebasnya maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat terganggu. Jadi tidak boleh ada

korelasi yang tinggi antara variabel bebas. Kriteria pengambilan keputusan adalah:

- c. jika nilai *Tolerance* $> 0,1$ dan *VIF* < 10 , maka dapat diartikan bahwa tidak terdapat multikolineritas pada penelitian tersebut.
- d. Jika nilai *Tolerance* $< 0,1$ dan *VIF* > 10 , maka terdapat multikolineritas pada penelitian tersebut.

Tabel 4.16
Hasil Uji Multikolinearitas

Collonearity Statistics		
Model	<i>Tolerance</i>	VIF
1 (Constant)		
Motivasi (X1)	.457	2.188
<i>Self Efficacy</i> (X2)	.554	1.804
Dukungan Keluarga (X3)	.476	2.101
Lingkungan Sosial (X4)	.525	1.905

Sumber: Olah Data SPSS 23 (2025)

Berdasarkan dari tabel 4.16 maka dapat diketahui bahwa nilai *tolerance* dan VIF untuk masing-masing variabel penelitian sebagai berikut:

1. Nilai VIF untuk variabel Motivasi sebesar $2.188 < 10$ dan nilai toleransi sebesar $0,457 > 0,1$. sehingga variabel Motivasi dinyatakan tidak terjadi multikolineritas.
2. Nilai VIF untuk variabel *Self Efficacy* sebesar $1.804 < 10$ dan nilai toleransi sebesar $0,554 > 0,1$. sehingga variabel Motivasi dinyatakan tidak terjadi multikolineritas.
3. Nilai VIF untuk variabel Dukungan Keluarga sebesar $2.101 < 10$ dan nilai toleransi sebesar $0,476 > 0,1$. sehingga variabel Motivasi dinyatakan tidak

terjadi multikolinearitas.

4. Nilai VIF untuk variabel Lingkungan Sosial sebesar $1.905 < 10$ dan nilai toleransi sebesar $0,525 > 0,1$. sehingga variabel Motivasi dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas.

4.5.3 Uji Heterokedastisitas

Menurut Ghozali (2016) uji ini bertujuan untuk melihat apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dan residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang baik adalah apabila tidak terjadi heteroskedastisitas. Jika varian dari residual satu pengamatan dari pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika varians berbeda disebut heteroskedastisitas. Langkah untuk mengetahui ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat salah satunya dengan uji Glesjer. Uji ini dilakukan dengan cara membandingkan nilai signifikansi dengan taraf signifikansi sebesar 0,05. Apabila nilai signifikansi lebih besar dari taraf signifikansi, maka tidak terjadi masalah heterokedastisitas dan begitu juga sebaliknya.

Tabel 4.17
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2,476	1,057		2,342	,024
X1.TOTAL	-,058	,054	-,224	-1,077	,287
X2.TOTAL	,048	,050	,179	,948	,348
X3.TOTAL	-,058	,064	-,188	-,919	,363
X4.TOTAL	-,025	,074	-,067	-,345	,732

Sumber: Olah Data SPSS 23 (2025)

Dari tabel 4.17 dapat dilihat bahwa hasil pengolahan data tersebut didapatkan nilai sig untuk variabel motivasi (X1) adalah $0,287 > 0,05$. Kemudian nilai sig untuk variabel *self efficacy* (X2) adalah $0,348 > 0,05$, selanjutnya nilai sig untuk variabel dukungan keluarga (X3) adalah $0,363 > 0,05$. dan nilai sig untuk variabel lingkungan sosial (X4) adalah $0,732 > 0,05$. Sehingga dapat diambil Kesimpulan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak mengandung adanya heteroskedastisitas.

4.6 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Dalam rangka menguji pengaruh Motivasi, *Self Efficacy*, Dukungan Keluarga dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Berwirausaha, maka digunakan analisis regresi berganda. Analisis ini digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel Independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif untuk memprediksi nilai dari variabel dependen mengalami kenaikan atau penurunan. Berikut hasil pengujian yang dapat dilihat pada tabel 4.18 sebagai berikut:

Tabel 4.18
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2,359	1,663		1,418	,163
X1.TOTAL	,417	,085	,727	4,924	,000
X2.TOTAL	-,068	,079	-,115	-,857	,396
X3.TOTAL	,107	,100	,155	1,071	,290
X4.TOTAL	-,021	,116	-,025	-,184	,855

a. Dependent Variable: Y.TOTAL

Sumber: Output SPSS yang diolah (2025)

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda digunakan sebagai alat analisis statistik karena penelitian ini dirancang untuk meneliti variabel-variabel yang berpengaruh dari variabel indenpenden terhadap variabel dependen dimana variabel yang digunakan dalam penelitian ini lebih dari satu.

Untuk menentukan persamaan regresi berdasarkan tabel

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

Keterangan:

Y: Variabel Terikat (Minat Berwirausaha)

a: Konstanta

X₁: Motivasi

X₂: *Self Efficacy*

X₃: Dukungan Keluarga

X₄: Lingkungan Sosial

β₁: Koefisien Regresi Variabel Motivasi

β₂: Koefisien Regresi Variabel *Self efficacy*

β₃: Koefisien Regresi Variabel Dukungan Keluarga

β₄: Koefisien Regresi Variabel Lingkungan Sosial

e: Error

Perhitungannya:

$$Y = 2.359 + 417X_1 + -068X_2 + 107X_3 + -021X_4$$

Dari persamaan regresi linear diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Nilai Kostanta atau a dari persamaan regresi linear adalah sebesar 2.359 yang berarti jika variabel Motivasi (X₁), *Self Efficacy* (X₂), Dukungan Keluarga (X₃), dan Lingkungan Sosial (X₄) bernilai nol (0) maka Minat Berwirausaha (Y) nilainya adalah 2.359 dengan asumsi variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi Minat Berwirausaha dianggap tetap.

- b. Nilai koefisien regresi variabel Motivasi (X1) adalah sebesar 0,417 yang berarti jika variabel motivasi meningkat maka akan mempengaruhi minat berwirausaha sebesar 0,417 dan variabel lain dianggap tetap.
- c. Nilai koefisien regresi variabel *Self efficacy* (X2) adalah sebesar -0,068 koefisien regresi bernilai negatif diartikan bahwa *Self efficacy* tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha, dengan kata lain Di duga bahwa *Self efficacy* dikatakan tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha.
- d. Nilai koefisien regresi variabel Dukungan keluarga (X3) adalah sebesar 0,107 yang berarti jika variabel Dukungan keluarga meningkat maka akan mempengaruhi minat berwirausaha sebesar 0,107 dan variabel lain dianggap tetap.
- e. Nilai koefisien regresi variabel Lingkungan Sosial (X4) adalah sebesar -0,021 koefisien regresi bernilai negatif diartikan bahwa Lingkungan sosial tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha, dengan kata lain Di duga Lingkungan sosial dikatakan tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha.

4.7 Hasil Uji Hipotesis

4.7.1 Uji t (Uji Parsial)

Menurut Ghozali (2016) uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Uji t digunakan untuk dapat mengetahui apakah variabel bebas secara parsial berpengaruh terhadap variabel terikat dengan memperhatikan tingkat signifikansi yaitu 0,05 selain nilai signifikansi, uji t juga

dapat dilihat dari perbandingan nilai t hitung masing-masing koefisien regresi dengan t tabel (nilai kritis) sesuai dengan tingkat signifikansi yang digunakan. Ketentuan menilai hasil hipotesis uji t adalah digunakan tingkat signifikansi 5% dengan derajat kebebasan $df = n - k$. Kriteria pengujian:

- c. $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau signifikansi $< 0,05$. H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara signifikan.
- d. $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau signifikansi $> 0,05$. H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya variabel independen tidak mempengaruhi variabel dependen secara signifikan.

Tabel 4.19

Uji Parsial (Uji t)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2,359	1,663		1,418	,163
X1.TOTAL	,417	,085	,727	4,924	,000
X2.TOTAL	-,068	,079	-,115	-,857	,396
X3.TOTAL	,107	,100	,155	1,071	,290
X4.TOTAL	-,021	,116	-,025	-,184	,855

a. Dependent Variable: Y.TOTAL

Sumber: Output SPSS yang diolah (2025)

Rumus untuk mencari t tabel adalah

$$Df = a/2 ; n - k - 1$$

Keterangan:

Df = Derajat Kebebasan / nilai residual

α = Alpha / tingkat kepercayaan

n = Jumlah data

k = Jumlah variabel bebas / independent

perhitungan adalah sebagai berikut:

$$Df = 0,05 / 2 ; 50 - 4 - 1$$

$$= 0,025 ; 45$$

$$= 2,014$$

pengaruh dari masing-masing variabel dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Uji Hipotesis variabel Motivasi (X1)

Ho: Motivasi secara parsial tidak berpengaruh terhadap Minat berwirausaha

H1: Motivasi berpengaruh secara parsial terhadap Minat Berwirausaha

Kriteria pengujian:

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_1 ditolak, sebaliknya

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_1 diterima

Berdasarkan signifikansi:

Jika signifikansi $> 0,05$ maka H_1 ditolak, sebaliknya

Jika signifikansi $< 0,05$ maka H_1 diterima

Berdasarkan tabel 4.19 diatas diperoleh t_{hitung} 4.924 perbandingannya t_{hitung} dengan t_{tabel} didapatkan hasil $4.924 > 2,014$ atau dengan signifikan dapat dilihat $0,000 < 0,05$ maka hal ini menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikansinya $< 0,05$. maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Yang artinya Motivasi berpengaruh secara parsial terhadap Minat Berwirausaha.

2. Uji Hipotesis variabel *Self Efficacy* (X2)

Ho: *Self Efficacy* secara parsial tidak berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha

H2: *Self Efficacy* secara parsial berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha

Kriteria pengujian:

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_2 ditolak, sebaliknya

jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_2 diterima

Berdasarkan signifikansi:

Jika signifikansi $> 0,05$ maka H_2 ditolak, sebaliknya

Jika signifikansi $< 0,05$ maka H_2 diterima

Berdasarkan tabel 4.19 diatas diperoleh t hitung -857 perbandingannya t hitung dengan t tabel didapatkan hasil $-857 < 2,014$ atau dengan signifikan dapat dilihat $0,396 > 0,05$ maka hal ini menunjukkan bahwa nilai t hitung $< t$ tabel dan nilai signifikansinya $> 0,05$. maka H_0 diterima dan H_2 ditolak. Yang artinya *Self Efficacy* tidak berpengaruh secara parsial terhadap Minat Berwirausaha.

3. Uji Hipotesis variabel Dukungan Keluarga (X3)

H_0 : Dukungan Keluarga secara parsial tidak berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha

H_3 : Dukungan Keluarga secara parsial berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha

Kriteria pengujian:

Jika t hitung $< t$ tabel maka H_3 ditolak, sebaliknya

jika t hitung $> t$ tabel maka H_3 diterima

Berdasarkan signifikansi:

Jika signifikansi $> 0,05$ maka H_3 ditolak, sebaliknya

Jika signifikansi $< 0,05$ maka H_3 diterima

Berdasarkan tabel 4.19 diatas diperoleh t hitung 1,071 perbandingannya t hitung dengan t tabel didapatkan hasil $1,071 < 2,014$ atau dengan signifikan dapat dilihat $0,290 > 0,05$ maka hal ini menunjukkan bahwa nilai t hitung $< t$ tabel dan nilai signifikansinya $> 0,05$. maka H_0 diterima dan H_3 ditolak. Yang artinya

Dukungan Keluarga tidak berpengaruh secara parsial terhadap Minat Berwirausaha.

4. Uji Hipotesis variabel Lingkungan Sosial (X4)

Ho: Lingkungan Sosial secara parsial tidak berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha

H4: Lingkungan Sosial secara parsial berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha

Kriteria pengujian:

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_4 ditolak, sebaliknya

jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_4 diterima

Berdasarkan signifikansi:

Jika signifikansi $> 0,05$ maka H_4 ditolak, sebaliknya

Jika signifikansi $< 0,05$ maka H_4 diterima

Berdasarkan tabel 4.19 diatas diperoleh t_{hitung} -184 perbandingannya t_{hitung} dengan t_{tabel} didapatkan hasil $-184 < 2,014$ atau dengan signifikan dapat dilihat $0,855 > 0,05$ maka hal ini menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan nilai signifikansinya $> 0,05$. maka H_0 diterima dan H_4 ditolak. Yang artinya Dukungan Keluarga tidak berpengaruh secara parsial terhadap Minat Berwirausaha.

4.7.2 Uji F (Uji Simultan)

Menurut Ghozali (2016) Uji F bertujuan untuk mencari apakah variabel independen secara bersama – sama (stimultan) mempengaruhi variabel dependen. Pengambilan keputusan dilihat dari pengujian ini dilakukan dengan melihat nilai F yang terdapat di dalam tabel ANOVA, tingkat signifikansi yang digunakan yaitu sebesar 0,05. Adapun ketentuan dari uji F yaitu sebagai berikut

- c. Jika nilai signifikan $F < 0,05$ maka H^0 ditolak dan H^1 diterima. Artinya semua variabel independent/bebas memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen/terikat.
- d. Jika nilai signifikan $F > 0,05$ maka H^0 diterima dan H^1 Artinya, semua variabel independent/bebas tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen/terikat.

Tabel 4.20
Uji Simultan (Uji F)
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	37,882	4	9,470	13,820	,000 ^b
Residual	30,838	45	,685		
Total	68,720	49			

a. Dependent Variable: Y.TOTAL

b. Predictors: (Constant), X4.TOTAL, X2.TOTAL, X3.TOTAL, X1.TOTAL

Sumber: Output SPSS yang diolah (2025)

Kriteria pengambilan Keputusan sebagai berikut:

- a. Jika nilai signifikan $F < 0,05$ maka H^0 ditolak dan H^1 diterima. Artinya semua variabel independent/bebas memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen/terikat.

- b. Jika nilai signifikan $F > 0,05$ maka H^0 diterima dan H^1 Artinya, semua variabel independent/bebas tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen/terikat.

Untuk mengetahui perbandingannya, kita harus mencari F tabel terlebih dahulu, untuk rumusnya adalah sebagai berikut:

Rumus mencari F hitung:

$$K: n - 4$$

Keterangan:

K = Jumlah variabel bebas

N = Jumlah data

Perhitungannya:

$$= K: n - 4$$

$$= 4 : 50 - 4$$

$$= 4 : 46$$

$$= 2.57 \text{ (F tabel)}$$

Berdasarkan output diatas diketahui nilai signifikan adalah sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 dan nilai F hitung sebesar 13,820 lebih besar dari F tabel 2.57, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Motivasi, *Self Efficacy*, Dukungan Keluarga, dan Lingkungan Sosial berpengaruh secara simultan terhadap variabel Minat Berwirausaha.

4.7.3 Koefisien Korelasi dan Determinasi

Menurut Ghazali (2016) koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai *Adjust R Square* yang lebih kecil berarti kemampuan variabel- variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas.

Tabel 4.21
Uji Korelasi dan Determinasi
Model Summary

Model	R	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	,742 ^a	,551	,511	,828

a. Predictors: (Constant), X4.TOTAL, X2.TOTAL, X3.TOTAL, X1.TOTAL

Sumber: Olah Data SPSS 23 (2025)

Berdasarkan hasil SPSS dari tabel koefisien determinasi (R^2) dilihat dari nilai *R Square* sebesar 0,511 atau 51%. Secara Bersama-sama variabel Motivasi (X1), *Self Efficacy* (X2), Dukungan Keluarga (X3), Lingkungan Sosial (X4) berpengaruh terhadap variabel Minat berwirausaha (Y) sebesar 55%, sedangkan selisihnya 48,9% (100-51%) dijelaskan oleh variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4.8 Pembahasan

4.8.1 Pengaruh Motivasi Secara Parsial terhadap Minat Berwirausaha

Dari hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa nilai rata-rata variabel Motivasi terbesar adalah usaha untuk maju (X1.3). Sedangkan nilai rata-rata pada variabel Minat Berwirausaha adalah kemauan (Y3). Rata-rata motivasi dikatakan sangat baik terutama dari indikator usaha untuk maju (X1.3) tentang saya selalu berusaha untuk maju dalam menjalankan usaha ini. Jawaban responden sebesar 68% sangat setuju dengan pernyataan tersebut. Begitupula dengan nilai variabel Minat Berwirausaha dengan indikator kemauan tentang saya memiliki kemauan

yang kuat untuk menjalankan kegiatan wirausaha. Jawaban responden sebesar 66% sangat setuju dengan pernyataan tersebut.

Hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa motivasi memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha. Arah pengaruh positif ini ditunjukkan oleh nilai β pada kolom *unstandardized coefficient* yang positif, yaitu 0,417. Arah pengaruh positif yang terjadi menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang searah antara Motivasi dengan Minat Berwirausaha, sehingga jika motivasi meningkat maka Minat Berwirausaha juga akan meningkat.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan menggunakan uji t (uji parsial) diperoleh hasil bahwa Motivasi (X1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha (Y). Hal ini dapat diketahui dari nilai t hitung sebesar 4,924, perbandingannya t hitung dengan t tabel didapatkan hasil t hitung ($4,924 > t \text{ tabel } (2,014)$) atau t hitung $> t \text{ tabel}$ dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Dari hasil pengolahan data didapatkan hasil bahwa secara parsial motivasi berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha yaitu sebesar 0,727%. Berdasarkan hasil ini, maka hipotesis pertama yang berbunyi “Motivasi berpengaruh secara parsial terhadap Minat Berwirausaha” terbukti kebenarannya dan diterima.

Hasil penelitian ini sejalan dan memperkuat temuan dari penelitian sebelumnya, yaitu Candra Wijayangka (2018), dan Mexano (2024) menyatakan bahwa Motivasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha.

Berdasarkan hasil observasi awal peneliti dilapangan bahwa generasi ini saat memulai bisnis, yaitu rasa bosan dan ketidaksabaran dalam menunggu hasil, karena Gen Z cenderung memiliki harapan tinggi terhadap hasil yang cepat. Ketika usaha tidak langsung menghasilkan keuntungan besar dan tidak sesuai yang diharapkan, rasa bosan dan ketidakpuasan bisa muncul. Ini terlihat dari hasil observasi terhadap para pelaku usaha mikro Gen Z dilapangan.

4.8.2 Pengaruh *Self Efficacy* secara Parsial terhadap Minat Berwirausaha

Dari hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa nilai rata-rata variabel *Self Efficacy* terbesar adalah Yakin dapat menyelesaikan tugas tertentu (X2.1). Sedangkan nilai rata-rata pada variabel Minat Berwirausaha adalah kemauan (Y3). Rata-rata *Self Efficacy* dikatakan sangat baik terutama dari indikator Yakin dapat menyelesaikan tugas tertentu (X2.1) tentang saya yakin dan mampu menyelesaikan pekerjaan dengan baik. Jawaban responden sebesar 64% sangat setuju dengan pernyataan tersebut. Begitupula dengan nilai variabel Minat Berwirausaha dengan indikator kemauan tentang saya memiliki kemauan yang kuat untuk menjalankan kegiatan wirausaha. Jawaban responden sebesar 66% sangat setuju dengan pernyataan tersebut.

Hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa *Self Efficacy* memiliki hubungan yang negatif dan tidak signifikan terhadap Minat Berwirausaha. Arah pengaruh negatif ditunjukkan oleh nilai β pada *unstandardized coefficient* yang negatif, yaitu -0,068. Arah pengaruh negatif yang terjadi menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang tidak searah antara *Self Efficacy*

dengan minat berwirausaha, sehingga jika *Self efficacy* menurun maka minat berwirausaha juga akan menurun.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan menggunakan uji t (uji parsial) diperoleh hasil *Self Efficacy* (X2) memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat berwirausaha (Y). Hal ini dapat diketahui dari nilai t hitung sebesar -0,857, perbandingannya t hitung dengan t tabel didapatkan hasil t hitung sebesar $(-0,857) < t \text{ tabel } (2,014)$ atau $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ dengan nilai signifikan $0,396 > 0,05$. Dari hasil pengolahan data didapatkan hasil bahwa secara parsial *Self Efficacy* tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha yaitu sebesar -0,115%. Berdasarkan hasil ini, maka hipotesis kedua yang berbunyi “*Self Efficacy* berpengaruh secara parsial terhadap minat berwirausaha” tidak terbukti kebenarannya dan dinyatakan ditolak.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dan tidak memperkuat temuan dari penelitian sebelumnya, yaitu Aisyah (2021), dan Dian (2023) menyatakan bahwa *Self efficacy* berpengaruh secara parsial terhadap Minat berwirausaha.

Berdasarkan hasil observasi awal peneliti didapatkan bahwa Gen Z membuka usaha tanpa ada pengalaman sebelumnya, karena Gen Z lebih mudah terpengaruh oleh tren dan terjun ke dunia usaha hanya mengandalkan rasa percaya diri tanpa memiliki pengalaman atau pemahaman yang cukup tentang berwirausaha. Ini terlihat dari hasil observasi terhadap pelaku usaha mikro Gen Z didapatkan.

4.8.3 Pengaruh Dukungan Keluarga secara Parsial Terhadap Minat Berwirausaha

Dari hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa nilai rata-rata variabel Dukungan Keluarga terbesar adalah Dukungan Instrumental (X3.2). Sedangkan nilai rata-rata pada variabel Minat Berwirausaha adalah kemauan (Y3). Rata-rata Dukungan keluarga dikatakan sangat baik terutama dari indikator Dukungan Instrumental (X3.2) tentang orang tua saya memberikan moril untuk mendukung usaha saya. Jawaban responden sebesar 54% sangat setuju dengan pernyataan tersebut. Begitupula dengan nilai variabel Minat Berwirausaha dengan indikator kemauan tentang saya memiliki kemauan yang kuat untuk menjalankan kegiatan wirausaha. Jawaban responden sebesar 66% sangat setuju dengan pernyataan tersebut.

Hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa Dukungan keluarga memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Arah pengaruh positif ini ditunjukkan oleh nilai β pada kolom *unstandardized coefficient* yang positif, yaitu 0,107. Arah pengaruh positif yang terjadi menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang searah antara Dukungan keluarga dengan Minat Berwirausaha, sehingga Dukungan keluarga meningkat maka minat berwirausaha juga akan meningkat.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan menggunakan uji t (uji parsial) diperoleh hasil bahwa Dukungan Keluarga (X3) memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Minat Berwirausaha (Y). Hal ini dapat diketahui dari nilai t hitung sebesar 1,071, perbandingannya t hitung dengan

t tabel didapatkan hasil t hitung $(1,071) < t$ tabel $(2,014)$ atau t hitung $< t$ tabel dengan nilai signifikan $0,290 > 0,05$. Dari hasil pengolahan data didapatkan hasil bahwa secara parsial dukungan keluarga berpengaruh positif tapi tidak signifikan terhadap minat berwirausaha yaitu sebesar 0,155 %. Berdasarkan hasil ini, maka hipotesis ketiga yang berbunyi “Dukungan Keluarga secara parsial berpengaruh terhadap minat berwirausaha: tidak terbukti kebenarannya dan dinyatakan ditolak.

Hasil penelitian tidak sejalan dan memperkuat temuan dari penelitian sebelumnya, yaitu Kezia (2019), dan Dian (2023) menyatakan bahwa Dukungan Keluarga secara parsial berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha.

Berdasarkan hasil observasi peneliti lapangan bahwa faktor yang mendorong Generasi Z berwirausaha karena dengan adanya dukungan keluarga menyediakan akses awal ke sumber daya seperti modal dan fasilitas yang sudah disediakan. Ini memudahkan Generasi Z untuk memulai usaha tanpa harus membangun semuanya dari nol. ini terlihat dari hasil wawancara terhadap para pelaku usaha mikro Gen Z lapangan.

4.8.4 Pengaruh Lingkungan Sosial secara Parsial terhadap Minat Berwirausaha

Dari hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa nilai rata-rata variabel Lingkungan Sosial terbesar adalah Lingkungan Keluarga (X4.1). Sedangkan nilai rata-rata pada variabel Minat Berwirausaha adalah kemauan (Y3). Rata-rata Lingkungan Sosial dikatakan sangat baik terutama dari indikator Lingkungan Keluarga (X4.1) tentang orang tua saya terbuka dalam berdiskusi mengenai

rencana saya untuk berwirausaha. Jawaban responden sebesar 68% sangat setuju dengan pernyataan tersebut. Begitupula dengan nilai variabel Minat Berwirausaha dengan indikator kemauan tentang saya memiliki kemauan yang kuat untuk menjalankan kegiatan wirausaha. Jawaban responden sebesar 66% sangat setuju dengan pernyataan tersebut.

Hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa lingkungan sosial memiliki hubungan negatif dan tidak signifikan terhadap minat berwirausaha. Arah pengaruh negatif ini ditunjukkan oleh nilai β pada kolom yang negatif, yaitu -0,021. Arah pengaruh negatif yang terjadi menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang tidak searah antara lingkungan sosial dengan minat berwirausaha, sehingga jika sosial menurun maka minat berwirausaha juga akan menurun.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan menggunakan uji t (uji parsial) diperoleh bahwa lingkungan sosial (X4) memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat berwirausaha (Y). Hal ini dapat diketahui dari nilai t hitung sebesar -0,184, perbandingannya t hitung dengan t tabel didapatkan hasil t hitung sebesar $(-0,184) < t \text{ tabel } (2,014)$ atau t hitung $< t \text{ tabel}$ dengan nilai signifikan $0,855 > 0,05$. Dari hasil pengolahan data didapatkan hasil bahwa secara parsial Lingkungan sosial tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha yaitu sebesar -0,025%. Berdasarkan hasil ini, maka hipotesis kedua yang berbunyi “Lingkungan sosial berpengaruh secara parsial terhadap minat berwirausaha” tidak terbukti kebenarannya dan dinyatakan ditolak.

Hasil dalam penelitian ini tidak sejalan dan tidak memperkuat temuan

dari peneliti Mexano (2024) menyatakan bahwa Lingkungan sosial secara parsial berpengaruh terhadap Minat berwirausaha.

Berdasarkan hasil observasi awal peneliti dilapangan bahwa lingkungan sosial merupakan faktor yang mendorong Generasi Z berwirausaha karena melihat keberadaan lingkungan sosial di tanjung selor memberikan peluang untuk memanfaatkan lingkungan sekitar sebagai awal minat berwirausaha. Ini terlihat dari hasil observasi terhadap para pelaku usaha mikro Gen Z dilapangan.

4.8.5 Pengaruh Motivasi, *Self efficacy*, Dukungan Keluarga dan Lingkungan sosial terhadap Minat Berwirausaha

Dari hasil uji statistik (Uji F), diperoleh nilai probabilitas (Sig) sebesar 0,000. Karena nilai sig < 0,000 ($0,000 < 0,05$), maka keputusannya H_0 ditolak dan H_a diterima. Kesimpulannya signifikan artinya bahwa Motivasi, *Self efficacy*, Dukungan Keluarga dan Lingkungan sosial secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha.

Adapun cara lain untuk melihat uji F ini dapat dilihat dengan membandingkan antara F hitung dengan F tabel, dari output tersebut kita telah mengetahui nilai F hitung yaitu 13.820, selanjutnya mencari nilai F tabel dengan melihat distribusi F tabel pada signifikansi 5% atau 0,05 dengan rumus $k ; n-4$ dimana k adalah jumlah variabel indenpendent yaitu 4 (Motivasi, *Self efficacy*, Dukungan Keluarga dan Lingkungan sosial) sedangkan n adalah jumlah keseluruhan responden yaitu 50 orang. Maka nilai sesuai rumus adalah $k ; 50-4$ sehingga didapatkan nilai 2.57. Selanjutnya membandingkan nilai F hitung dengan

F tabel. Sehingga dapat disimpulkan bahwa F hitung > F tabel ($13,820 > 2.57$), artinya Motivasi, *Self efficacy*, Dukungan Keluarga dan Lingkungan sosial secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Pada Gen z Diera Digitalisasi dapat disimpulkan bahwa:

- a. Dari hasil pengolahan data didapatkan hasil bahwa Motivasi berpengaruh secara parsial terhadap Minat Berwirausaha Berdasarkan dengan hasil penelitian bahwa generasi ini saat memulai bisnis, mudah memiliki rasa bosan dan ketidaksabaran dalam menunggu hasil, karena Gen Z cenderung memiliki harapan tinggi terhadap hasil yang cepat.
- b. Dari hasil pengolahan data didapatkan hasil bahwa secara parsial *Self Efficacy* tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha. Berdasarkan dengan hasil penelitian bahwa Gen Z membuka usaha tanpa ada pengalaman sebelumnya, karena Gen Z lebih mudah terpengaruh oleh tren dan terjun ke dunia usaha hanya mengandalkan rasa percaya diri tanpa memiliki pengalaman atau pemahaman yang cukup tentang berwirausaha
- c. Dari hasil pengolahan data didapatkan hasil bahwa secara parsial Dukungan Keluarga berpengaruh positif tapi tidak signifikan terhadap Minat Berwirausaha. Sesuai dengan hasil penelitian bahwa dengan adanya dukungan keluarga menyediakan akses awal ke sumber daya seperti modal dan fasilitas yang sudah disediakan. Ini memudahkan Generasi Z untuk memulai usaha tanpa harus membangun semuanya dari nol

- d. Dari hasil pengolahan data didapatkan hasil bahwa secara parsial Lingkungan Sosial tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha. Berdasarkan dengan hasil penelitian bahwa Generasi Z berwirausaha karena melihat keberadaan lingkungan sosial di tanjung selor memberikan peluang untuk memanfaatkan lingkungan sekitar sebagai awal minat berwirausaha
- e. Dari hasil pengolahan data didapatkan hasil bahwa Motivasi, *Self efficacy*, Dukungan Keluarga dan Lingkungan sosial secara simultan berpengaruh positif terhadap Minat Berwirausaha.

5.2 Saran

Berdasarkan seluruh pembahasan dan hasil kesimpulan dalam penelitian ini, maka dapat diajukan saran-saran seperti berikut:

1. Bagi Gen Z

Penulis menyarankan kepada Bagi Generasi Z, disarankan untuk lebih meningkatkan minat berwirausaha sejak dini. Hal ini penting agar generasi muda memiliki kemandirian finansial, daya saing, serta mampu menciptakan peluang kerja, bukan hanya menjadi pencari kerja.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini belum memberikan hasil yang maksimal dan diharapkan pada penelitian selanjutnya dapat memberikan hasil yang lebih baik dengan meneliti variabel selain motivasi, *Self Efficacy*, Dukungan Keluarga dan Lingkungan sosial terhadap Minat Berwirausaha dengan data-data terbaru.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Rachman, Saleh, and Utomo Hardi. (2018). “*Pengaruh Disiplin Kerja, Motivasi Kerja, Etos Kerja Dan Lingkungan Kerja Terhadap Produktivitas kerja Karyawan Bagian Produksi Di PT Inko Java Semarang.*” *Among Makarti* 11(21): 28–50
- Achmad. (2017). *Pengaruh kepribadian, lingkungan keluarga dan pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa akuntansi.* 4 *Jurnal Profita* Edisi 8.
- Adawia, R., & Hasmira, M. H. (2020). *Dukungan Keluarga Bagi Orang Lanjut Usia di Kelurahan Parupuk Tabing Kecamatan Koto Tangah Kota Padang.* 3(2), 316–325.
- Ahmad, M.2019. *Pengaruh Lingkungan Kerjadan Karakteristik Individu terhadap Kinerja Karyawan PT. Cassia Coop Sungai Penuh.* *Jurnal Benefita*, 4(2):377-385.
- Ajabar. (2020). *Manajemen Sumber Daya Manusia.* Yogyakarta: Grup Penerbit CV Budi Utama
- AM, Sardiman. 2020. *Interaksi dan Motivasi Belajar Mengajar.* Jakarta: PT. Raja Grasindo Persada.
- Andre Kurniawan. (2021). *PENGARUH KOMPENSASI DAN MOTIVASI TERHADAP KINERJA MELALUI KEPUASAN KERJA SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA HOTEL INNA DHARMA DELI.* *Cerdika: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 1(3), 247–254. <https://doi.org/10.36418/cerdika.v1i3.41>
- Al-Ayyubi, & Sholahuddin, M. (2019). *Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan Melalui Motivasi Kerja pada PT Kerta Rajasa Raya Sebagai Variabel Intervening.* *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(1), 265–272.
- Ayuni, K. P. D. (2020). *Hubungan dukungan keluarga dengan kualitas hidup pada tahun 2020.* [Skripsi, Potekkes Denpasar]. Repository. <http://repository.poltekkes-denpasar.ac.id/4480/>
- Barhate, B., & Dirani, K. M. (2022). *Career aspirations of generation Z: a systematic literature review.* *European Journal of Training and Development*, 46(1–2), 139–157. <https://doi.org/10.1108/EJTD-07-2020-0124>
- Chidi, O. C. (2021). *Penentuan Keberhasilan Seseorang dalam Berbisnis.* Jakarta: Pustaka Ekonomi.

- Daifina, N. (2018). *Faktor-faktor yang memengaruhi dukungan keluarga terhadap perkembangan anak usia dini* (Skripsi, Universitas Negeri Padang).
- Dalyono. (2018). *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: Bineka Cipta
- Edison, Emron, Anwar Yohny, & Komariyah Imas (2020). *Manajemen SumberDaya Manusia*, Cetakan ke-2, Bandung: Alfabeta.
- Fadilah, N. (2024). *Pengaruh self efficacy terhadap keberlangsungan usaha dengan komitmen usaha sebagai variabel intervening pada usaha mikro Gen Z di Tanjung Selor* (Skripsi, Universitas Kalimantan Utara). Tanjung Selor.
- Faradilla Safitri dan Cut Yuniawati. (2016). *Pengaruh motivasi dan dukungan keluarga terhadap prestasi belajar mahasiswa tingkat II Prodi D-III kebidanan Universitas Ubudiyah Indonesia, Journal of Healthcare Technology and Medicine*. 2 (159). <http://jurnal.uui.ac.id/index.php/JHTM/article/view/248/63>
- Fradani, Ayis. 2016. *Pengaruh Dukungan Keluarga, Kecerdasan Adversitas Dan Efikasi Diri Pada Intensi Berwirausaha Siswa SMK Neger 2 Bojonegoro*. Jurnal Edutama. Vol 3 No 1.
- Ghozali, I. (2016) *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23*. Edisi 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali (2018) dalam bukunya “*Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*”
- Gunawan, I. dkk. (2019) „*Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Kemampuan Manajerial, Efikasi Diri, Dan Prestasi Belajar Terhadap Kesiapan Kerja Mahasiswa*”, *Jurnal Manajemen dan Supervisi Pendidikan*, 4(1), pp. 126–150. doi: 10.17977/um025v4i22020p126.
- Hamali, A. Y. (2019). *Pemahaman Praktis Administrasi, Organisasi dan Manajemen*. 1st ed. Jakarta: Prenada Media Group.
- Hardani, dkk (2020) *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* Yogyakarta: CV.Pustaka Ilmu Grup
- Harie, S., & Andayanti, W. (2020). *Pengaruh Motivasi Wirausaha terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa*. *Intelektium*, 1(2), 107–114. <https://doi.org/10.37010/int.v1i2.187>
- Hasibuan, M. S. P. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Revisi. Jakarta : Bumi Aksara.
- Hartoyo, H., & Wahyuni, W. 2020. *Pengaruh Karakter Wirausaha Pada Mata Kuliah Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa*

- Jurusan Pendidikan Ekonomi Di STKIP Bima. Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 3(1), 54–67.
- Imelda, Dewi Q. Tati Hariyati, Atut S Prasetyo. (2021). *Motivasi Dalam Meningkatkan Semangat Kerja Dan Kinerja Usaha Petani Padi Lokal Lahan Pasang Surut Di Desa SPI Tanjung Buka*. Jurnal Wawasan Manajemen. Vol. 9 No. 3.
- Kasmir. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia: Teori Dan Praktik*. Depok: PT RajaGrafindo Persada.
- S.P, H. M. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia: Edisi Revisi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Khatami, A. (2021). *Pengaruh pengetahuan kewirausahaan, self-efficacy, dan karakter wirausaha terhadap minat berwirausaha pada siswa/i SMK Swasta Nila Harapan*. Jurnal Pendidikan dan Kewirausahaan, 5(2), 55–67.
- Kurniawan, H. (2021). *Teori Motivasi dan Aplikasinya dalam Dunia Kerja*. Jakarta: Penerbit Andalas Press.
- Madiistriyatno, H., & Ibrahim, I. M. (2020). *Berani Memulai Berwirausaha* (Burhannudin (ed.)). CV. Publisher Multimedia Indonesia.
- Mahabi, P., & Muhariati, M. (2017). *Peran dukungan keluarga dalam perkembangan anak dan remaja*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Maisaroh. (2019). *Pengaruh Self Efficacy Dan Self Regulated Learning Terhadap Prestasi Belajar Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta*. Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta 1–21.
- Maulida, D. I. (2023). *Pengaruh self-efficacy (efikasi diri) dan dukungan keluarga terhadap minat berwirausaha*. Universitas Negeri Surabaya.
- Meirinawati. (2017). *Manajemen Keselamatan Dan Kesehatan Kerja Dalam Mewujudkan ZERO ACCIDENT*. *Journal of Public Sector Innovations*, 1(2).
- Mexano Hans Gerry (2024) *Pengaruh Motivasi dan lingkungan sosial terhadap minat berwirausaha studi kasus pada mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Sumatera Barat*
- Noordino, A. (2016). *Karakter Generasi Z dan Proses Pembelajaran pada Program Studi Akuntansi UNAIR 2016*. jurnal Surabaya, Unair.
- Nurhuda, N. (2023). *Pengaruh motivasi wirausaha dan implementasi program PMW terhadap minat berwirausaha peserta penerima Program Mahasiswa Wirausaha Universitas Jambi 2021* (Skripsi sarjana, Universitas Jambi).

- Nurlaili, et.al. (2018). Hubungan Kemandirian Belajar dan Self Efficacy dengan Hasil Geografi Belajar Geografi Siswa Kelas XI IS SMA Negeri 1 Peukan Bada Aceh Besar. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Geografi FKIP Unsyiah, Volume 3, No. 4*.
- Pakaya, Johnny H. Posumah, dan Salmin Dengo, (2021). *Pengaruh Lingkungan Sosial Terhadap Pendidikan Masyarakat Di Desa Biontong I Kecamatan Bolangitang Timur Kabupaten Bolaang Mongondow Utara Indah*. JAP No. 104 Vol. VII
- Pemerintah Republik Indonesia. (2008). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 93. Jakarta: Sekretariat Negara.
- Purnomo, A., Acai, S., Abdurrozzaq, H., Andriasan, S., Syafrida. HS., Salmiah, Rini, M., Dina, C., Try, K., Janner, S. (2020). *Dasar-Dasar Kewirausahaan: Untuk Perguruan Tinggi dan Dunia Bisnis*. Medan: Yayasan Kita menulis.
- Rainy, H. (2019). *Pengaruh Motivasi Berprestasi Dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Smartfren Bandung*. 1, 105–112.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Deepublish.
- Safitri, D., & Yuniawati, R. (2016). Dukungan keluarga dalam membentuk karakter individu. Jakarta: Pustaka Keluarga.
- Samsudin, Sadili. (2019) *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: CV. Pustaka Setia
- Sardiman, A. M. (2016). *Interaksi dan motivasi belajar-mengajar*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Setiabudi, K. J. (2019). *Pengaruh dukungan keluarga dan kepribadian wirausaha terhadap niat berwirausaha mahasiswa program studi Manajemen terakreditasi “A” pada perguruan tinggi swasta di Kota Surabaya Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kristen Petra*.
- Sifa, Nurkhin. (2016). *Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Lingkungan Keluarga, dan Self Efficacy Terhadap Minat Berwirausaha Siswa siswa kelas XI Program Keahlian Akutansi SMK Negeri 9 Semarang*. Universitas Negeri Semarang, Indonesia. Economic Education Analysis Journal. p-ISSN 2252-6544, e-ISSN 2502-356X. Diakses 19 Oktober 2016.
- Srisusilawati. (2022). *Self-efficacy: Penilaian terhadap keyakinan diri mengenai kemampuan individu*. Jakarta: CV Cendekia Utama.

- Stillman, D., & John Stillman. (2018). *Generasi Z: Memahami Karakter Generasi Baru yang Akan Mengubah Dunia Kerja*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. 2022. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta
- Suryani, Ni Kadek, and John FoEh. (2019). *Manajemen Sumber Daya Manusia*.
- Sutrisno, Edy. 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Cetakan Kedelapan. Jakarta: Prenadamedia Group
- Tarmiyati, & Kumoro, J. (2016). *Pengaruh Motivasi Berwirausaha dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Kelas XI Kompetensi Keahlian Administrasi Perkantoran SMK Negeri 1 Pengasih Kabupaten Kulon Progo*. 284-295.
- Okthavionica, A. (2016). *Minat dan motivasi belajar siswa dalam proses pembelajaran*. Jakarta: Pustaka Edukasi.
- Uno, H. B. (2021). *Teori motivasi dan pengukurannya: Analisis di bidang pendidikan*. Bumi Aksara.
- Widyananda, R. F (2020). *Pengertian Gen Z serta Karakteristiknya Ketahui agar Tak Keliru*. Dapat diakses melalui:
https://www.merdeka.com/jatim/pengertian-gen-z-sertakarakteristiknya_ketahui-agar-tak-keliru-klm.htm
- Wijayangka, C. (2018). *Pengaruh motivasi terhadap minat wirausaha mahasiswa program studi Administrasi Bisnis Universitas Telkom (Universitas Telkom)*.
- Zulkifli, and Nur Meifiani. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Universitas Islam Riau." *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance* 4, no. 1 (2021): 291–303. [https://doi.org/10.25299/jtb.2021.vol4\(1\).7334](https://doi.org/10.25299/jtb.2021.vol4(1).7334).
- Yunianti Elis (2016) *Pengaruh Model Pembelajaran dan Self-Efficacy Terhadap Hasil Belajar Matematika Siswa Sma Negeri 1 Parigi: E-Jurnal Mitra Sains*. 4(1), 92-100
- Zunaedy, Muhammad, Siti Aisyah, and Triwilujeng Ayuningtyas. "Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2016 STKIP PGRI Lumajang Tahun Akademik 2020/2021." *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi* 6.1 (2021): 47-59. <https://ejournal.unikama.ac.id/index.php/jrpe/article/view/5294>.

LAMPIRAN

*Lampiran 1. Instrumen Penelitian (Angket)***LEMBAR KUESIONER****FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BERWIRAUSAHA
PADA GENERASI Z DI ERA DIGITALISASI DI TANJUNG SELOR**

Kuesioner ini ditujukan untuk membantu pengumpulan data penelitian guna menyusun skripsi yang berjudul Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Pada Generasi Z Diera Digitalisasi Di Kota Tanjung Selor, dan merupakan salah satu syarat bagi peneliti untuk menyelesaikan studi Sarjana Manajemen di Universitas Kaltara, Tanjung Selor. Untuk itu peneliti memohon bantuan saudara/i untuk bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini dengan sebenar-benarnya dan sejujur-jujurnya. Peneliti berjanji akan menjaga kerahasiaan jawaban, dan hanya digunakan untuk kepentingan akademis. Atas kesediaannya, saya ucapkan banyak terima kasih. Sebelum menjawab pertanyaan dalam kuesioner ini, mohon saudara/i mengisi data berikut terlebih dahulu:

Tanjung Selor, 01 Mei 2025

Hormat Saya,

SELVANA YULIANTI

Peneliti

1. Nama Pemilik Usaha	:
2. Nama Usaha	:
3. Alamat Usaha	:
4. Jenis Usaha	:
5. Lahir Tahun Berapa	:
6. Jenis Kelamin	:
7. Pendidikan Terakhir	:
8. Lulusan Tahun Berapa	:
9. Status	:
10. Usaha Berdiri Tahun Berapa	:
11. Penghasilan	:
12. No Hp	:

Beri jawaban atas pernyataan berikut ini sesuai dengan pendapat anda, dengan cara memberi tanda (✓) pada kolom yang tersedia. Pada masing-masing pernyataan terdapat lima alternative jawaban yang mengacu pada teknik Skala Likert, Yaitu:

Keterangan:

- SS : Sangat Setuju = 5
- S : Setuju = 4
- N : Netral = 3
- TS : Tidak Setuju = 2
- STS : Sangat Tidak Setuju = 1

Variabel	No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
Minat Berwirausaha (Y)	1	Saya menaruh perhatian yang besar untuk menjadi wirausaha					
	2	Saya sangat senang dengan kegiatan berwirausaha					
	3	Saya memiliki kemauan yang kuat untuk menjalankan kegiatan wirausaha					
Motivasi (X1)	4	Saya selalu bekerja keras dalam menjalankan wirausaha					
	5	Saya memiliki harapan masa depan yang baik.					
	6	Saya selalu berusaha untuk maju dalam menjalankan usaha					
	7	Saya memiliki cita-cita yang tinggi dalam menjalankan usaha ini					
	8	Saya selalu menjalin kerja sama dengan rekan kerja yang dimiliki atau yang ada					
	9	Saya sangat tekun dalam mengelola usaha ini					
<i>Self Efficacy</i> (X2)	10	Saya yakin dan mampu menyelesaikan pekerjaan dengan baik					
	11	Dengan kemampuan yang saya miliki saya semakin percaya diri dalam menyelesaikan berbagai pekerjaan.					
	12	Saya tidak mudah meyerah dengan masalah yang kemungkinan datang					
	13	Saya yakin dan mampu bertahan menghadapi berbagai hambatan dan kesulitan.					
	14	Saya yakin dapat menyelesaikan permasalahan diberbagai situasi					
Dukungan Keluarga (X3)	15	Orang tua saya terbuka dalam berdiskusi mengenai rencana saya untuk berwirausaha					
	16	Orang tua saya memberikan moril untuk mendukung usaha saya					
	17	Ketika saya menghadapi kesulitan dalam berwirausaha keluarga saya membantu memberikan solusi					

	18	Saya merasa didukung secara emosional oleh keluarga dalam mengambil keputusan berwirausaha					
Lingkungan Sosial (X4)	19	Anggota keluarga saya sering memberikan contoh tentang kemandirian ekonomi					
	20	Saya mendapatkan motivasi untuk berwirausaha dari komunitas/lingkungan sekitar					
	21	Media online membantu saya memahami peluang usaha di era digital					

Lampiran 2. Instrumen Penelitian

Uji Validitas

1. Variabel Motivasi (X1)

Correlations

	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.TOTAL
X1.1 Pearson Correlation	1	,357*	,200	,500**	,080	,323*	,614**
Sig. (2-tailed)		,011	,164	,000	,583	,022	,000
N	50	50	50	50	50	50	50
X1.2 Pearson Correlation	,357*	1	,523**	,390**	,313*	,538**	,775**
Sig. (2-tailed)	,011		,000	,005	,027	,000	,000
N	50	50	50	50	50	50	50
X1.3 Pearson Correlation	,200	,523**	1	,308*	,178	,228	,596**
Sig. (2-tailed)	,164	,000		,030	,216	,112	,000
N	50	50	50	50	50	50	50
X1.4 Pearson Correlation	,500**	,390**	,308*	1	,235	,282*	,712**

	Sig. (2-tailed)	,000	,005	,030		,101	,047	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50
X1.5	Pearson Correlation	,080	,313*	,178	,235	1	,334*	,570**
	Sig. (2-tailed)	,583	,027	,216	,101		,018	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50
X1.6	Pearson Correlation	,323*	,538**	,228	,282*	,334*	1	,675**
	Sig. (2-tailed)	,022	,000	,112	,047	,018		,000
	N	50	50	50	50	50	50	50
X1.TOTAL	Pearson Correlation	,614**	,775**	,596**	,712**	,570**	,675**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	50	50	50	50	50	50	50

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

2. Variabel *Self Efficacy* (X2)

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.TOTAL
X2.1	Pearson Correlation	1	,419**	,259	,447**	,341*	,645**
	Sig. (2-tailed)		,002	,070	,001	,015	,000
	N	50	50	50	50	50	50
X2.2	Pearson Correlation	,419**	1	,554**	,426**	,514**	,800**
	Sig. (2-tailed)	,002		,000	,002	,000	,000
	N	50	50	50	50	50	50
X2.3	Pearson Correlation	,259	,554**	1	,519**	,419**	,733**
	Sig. (2-tailed)	,070	,000		,000	,002	,000

	N	50	50	50	50	50	50
X2.4	Pearson Correlation	,447**	,426**	,519**	1	,529**	,772**
	Sig. (2-tailed)	,001	,002	,000		,000	,000
	N	50	50	50	50	50	50
X2.5	Pearson Correlation	,341*	,514**	,419**	,529**	1	,768**
	Sig. (2-tailed)	,015	,000	,002	,000		,000
	N	50	50	50	50	50	50
X2.TOTAL	Pearson Correlation	,645**	,800**	,733**	,772**	,768**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	50	50	50	50	50	50

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

3. Variabel Dukungan Keluarga (X3)

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.TOTAL
X3.1	Pearson Correlation	1	,426**	,323*	,354*	,674**
	Sig. (2-tailed)		,002	,022	,012	,000
	N	50	50	50	50	50
X3.2	Pearson Correlation	,426**	1	,435**	,243	,672**
	Sig. (2-tailed)	,002		,002	,089	,000
	N	50	50	50	50	50
X3.3	Pearson Correlation	,323*	,435**	1	,561**	,808**
	Sig. (2-tailed)	,022	,002		,000	,000
	N	50	50	50	50	50
X3.4	Pearson Correlation	,354*	,243	,561**	1	,782**

	Sig. (2-tailed)	,012	,089	,000		,000
	N	50	50	50	50	50
X3.TOTAL	Pearson Correlation	,674**	,672**	,808**	,782**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	50	50	50	50	50

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

4. (Variabel Lingkungan Sosial (X4))

Correlations

		X4.1	X4.2	X4.3	X4.TOTAL
X4.1	Pearson Correlation	1	,258	,618**	,807**
	Sig. (2-tailed)		,071	,000	,000
	N	50	50	50	50
X4.2	Pearson Correlation	,258	1	,302*	,678**
	Sig. (2-tailed)	,071		,033	,000
	N	50	50	50	50
X4.3	Pearson Correlation	,618**	,302*	1	,830**
	Sig. (2-tailed)	,000	,033		,000
	N	50	50	50	50
X4.TOTAL	Pearson Correlation	,807**	,678**	,830**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	50	50	50	50

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

5. Minat Berwirausaha (Y)

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y.TOTAL
Y1	Pearson Correlation	1	,546**	,501**	,852**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	50	50	50	50
Y2	Pearson Correlation	,546**	1	,362**	,794**
	Sig. (2-tailed)	,000		,010	,000
	N	50	50	50	50
Y3	Pearson Correlation	,501**	,362**	1	,766**
	Sig. (2-tailed)	,000	,010		,000
	N	50	50	50	50
Y.TOTAL	Pearson Correlation	,852**	,794**	,766**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	50	50	50	50

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji Relibitas

1. Motivasi (X1)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	50	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	50	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,731	6

2. *Self Efficacy* (X2)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	50	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	50	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,798	5

3. Dukungan Keluarga (X3)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	50	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	50	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,714	4

4. Lingkungan Sosial (X4)**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	50	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	50	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,659	3

5. Minat Berwirausaha (Y)**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	50	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	50	100,0

a. Listwise deletion based on all variables
in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,727	3

Lampiran 3. Deskriptif Frekuensi Variabel Penelitian

1. Deskriptif Variabel Motivasi (X1)

Statistics

	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6
N Valid	50	50	50	50	50	50
Missing	0	0	0	0	0	0
Mean	4,64	4,62	4,68	4,46	4,34	4,60
Median	5,00	5,00	5,00	4,50	4,00	5,00
Mode	5	5	5	5	4	5
Std. Deviation	,485	,490	,471	,613	,593	,495
Variance	,235	,240	,222	,376	,351	,245
Skewness	-,602	-,510	-,796	-1,225	-,870	-,421
Std. Error of Skewness	,337	,337	,337	,337	,337	,337
Kurtosis	-1,708	-1,814	-1,425	3,308	3,156	-1,900
Std. Error of Kurtosis	,662	,662	,662	,662	,662	,662
Minimum	4	4	4	2	2	4
Maximum	5	5	5	5	5	5
Sum	232	231	234	223	217	230

X1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	18	36,0	36,0	36,0
	SS	32	64,0	64,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

X1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	19	38,0	38,0	38,0
	SS	31	62,0	62,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

X1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	16	32,0	32,0	32,0
	SS	34	68,0	68,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

X1.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	2,0	2,0	2,0
	S	24	48,0	48,0	50,0
	SS	25	50,0	50,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

X1.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	2,0	2,0	2,0
	S	30	60,0	60,0	62,0
	SS	19	38,0	38,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

X1.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	20	40,0	40,0	40,0
	SS	30	60,0	60,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

2. Deskriptif Variabel *Self Efficacy* (X2)**Statistics**

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5
N	Valid	50	50	50	50	50
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		4,64	4,56	4,56	4,52	4,32
Median		5,00	5,00	5,00	5,00	4,00
Mode		5	5	5	5	4
Std. Deviation		,485	,611	,501	,505	,587
Variance		,235	,374	,251	,255	,344

Skewness	-,602	-1,633	-,249	-,083	-,825
Std. Error of Skewness	,337	,337	,337	,337	,337
Kurtosis	-1,708	4,389	-2,020	-2,078	3,250
Std. Error of Kurtosis	,662	,662	,662	,662	,662
Minimum	4	2	4	4	2
Maximum	5	5	5	5	5

X2.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid S	18	36,0	36,0	36,0
SS	32	64,0	64,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

X2.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	1	2,0	2,0	2,0
S	19	38,0	38,0	40,0
SS	30	60,0	60,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

X2.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid S	22	44,0	44,0	44,0
SS	28	56,0	56,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

X2.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid S	24	48,0	48,0	48,0
SS	26	52,0	52,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

X2.5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	1	2,0	2,0	2,0
S	31	62,0	62,0	64,0
SS	18	36,0	36,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

3. Deskriptif Variabel Dukungan Keluarga (X1)

Statistics

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4
N	Valid	50	50	50	50
	Missing	0	0	0	0
Mean		4,40	4,54	4,46	4,40
Median		4,00	5,00	4,50	4,00
Mode		4	5	5	4 ^a
Std. Deviation		,495	,503	,613	,700
Variance		,245	,253	,376	,490
Skewness		,421	-,166	-1,225	-1,488
Std. Error of Skewness		,337	,337	,337	,337
Kurtosis		-1,900	-2,057	3,308	3,546
Std. Error of Kurtosis		,662	,662	,662	,662
Minimum		4	4	2	2
Maximum		5	5	5	5

a. Multiple modes exist. The smallest value is shown

X3.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	30	60,0	60,0	60,0
	SS	20	40,0	40,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

X3.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid S	23	46,0	46,0	46,0
SS	27	54,0	54,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

X3.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	1	2,0	2,0	2,0
S	24	48,0	48,0	50,0
SS	25	50,0	50,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

X3.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	2	4,0	4,0	4,0
S	24	48,0	48,0	52,0
SS	24	48,0	48,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

4. Deskriptif Variabel Lingkungan Sosial (X1)

Statistics

		X4.1	X4.2	X4.3
N	Valid	50	50	50
	Missing	0	0	0
Mean		4,64	4,48	4,56
Median		5,00	5,00	5,00
Mode		5	5	5
Std. Deviation		,598	,614	,611
Variance		,358	,377	,374
Skewness		-2,063	-1,298	-1,633
Std. Error of Skewness		,337	,337	,337
Kurtosis		6,129	3,448	4,389
Std. Error of Kurtosis		,662	,662	,662
Minimum		2	2	2
Maximum		5	5	5

X4.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	2,0	2,0	2,0
	S	15	30,0	30,0	32,0
	SS	34	68,0	68,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

X4.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	2,0	2,0	2,0
	S	23	46,0	46,0	48,0
	SS	26	52,0	52,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

X4.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	2,0	2,0	2,0
	S	19	38,0	38,0	40,0
	SS	30	60,0	60,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

5. Deskriptif Variabel Minat Berwirausaha (X1)**Statistics**

		Y1	Y2	Y3
N	Valid	50	50	50
	Missing	0	0	0
Mean		4,58	4,60	4,66
Median		5,00	5,00	5,00
Mode		5	5	5
Std. Deviation		,499	,495	,479
Variance		,249	,245	,229

Skewness	-,334	-,421	-,697
Std. Error of Skewness	,337	,337	,337
Kurtosis	-1,969	-1,900	-1,580
Std. Error of Kurtosis	,662	,662	,662
Minimum	4	4	4
Maximum	5	5	5

Y1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid S	21	42,0	42,0	42,0
SS	29	58,0	58,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

Y2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid S	20	40,0	40,0	40,0
SS	30	60,0	60,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

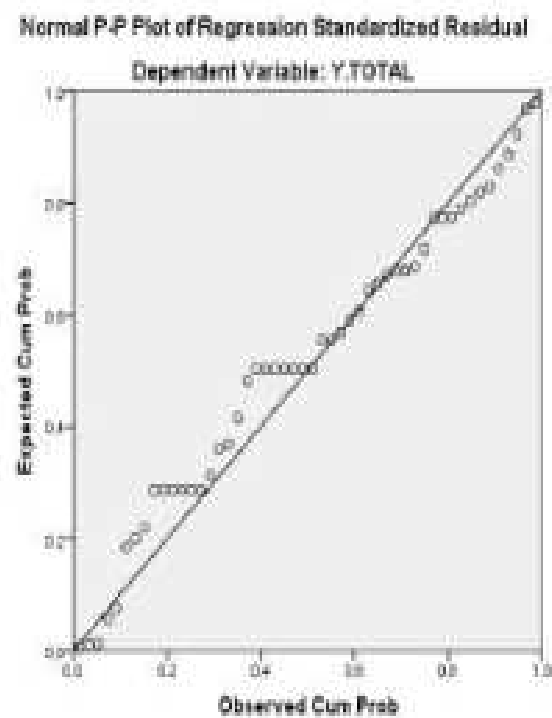
Y3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid S	17	34,0	34,0	34,0

SS	33	66,0	66,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

Lampiran 4. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,79331643
Most Extreme Differences	Absolute	,123
	Positive	,062
	Negative	-,123
Test Statistic		,123
Asymp. Sig. (2-tailed)		,056 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

2. Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	2,359	1,663		1,418	,163		
X1.TOTAL	,417	,085	,727	4,924	,000	,457	2,188
X2.TOTAL	-,068	,079	-,115	-,857	,396	,554	1,804
X3.TOTAL	,107	,100	,155	1,071	,290	,476	2,101
X4.TOTAL	-,021	,116	-,025	-,184	,855	,525	1,905

a. Dependent Variable: Y.TOTAL

3. Uji Heteroskedasrisitas

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2,476	1,057		2,342	,024
X1.TOTAL	-,058	,054	-,224	-1,077	,287
X2.TOTAL	,048	,050	,179	,948	,348
X3.TOTAL	-,058	,064	-,188	-,919	,363
X4.TOTAL	-,025	,074	-,067	-,345	,732

a. Dependent Variable: Abs_RES

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	,2723	1,1503	,5808	,17636	50
Residual	-,55547	1,56085	,00000	,50407	50
Std. Predicted Value	-1,749	3,230	,000	1,000	50
Std. Residual	-1,056	2,967	,000	,958	50

a. Dependent Variable: abresid

Lampiran 5. Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2,359	1,663		1,418	,163

X1.TOTAL	,417	,085	,727	4,924	,000
X2.TOTAL	-,068	,079	-,115	-,857	,396
X3.TOTAL	,107	,100	,155	1,071	,290
X4.TOTAL	-,021	,116	-,025	-,184	,855

Lampiran 6. Uji Hipotesis

1. Uji t (Uji Parsial)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2,359	1,663		1,418	,163
X1.TOTAL	,417	,085	,727	4,924	,000
X2.TOTAL	-,068	,079	-,115	-,857	,396
X3.TOTAL	,107	,100	,155	1,071	,290
X4.TOTAL	-,021	,116	-,025	-,184	,855

a. Dependent Variable: Y.TOTAL

2. Uji f (Uji Simultan)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	37,882	4	9,470	13,820	,000 ^b
Residual	30,838	45	,685		
Total	68,720	49			

a. Dependent Variable: Y.TOTAL

b. Predictors: (Constant), X4.TOTAL, X2.TOTAL, X3.TOTAL, X1.TOTAL

3. Uji Korelasi Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,742 ^a	,551	,511	,828

a. Predictors: (Constant), X4.TOTAL, X2.TOTAL, X3.TOTAL, X1.TOTAL

Sumber: Olah Data SPSS 23 (2025)

Lampiran 7. Surat Izin Peneliti



YAYASAN PENDIDIKAN TANAH SERIBU
UNIVERSITAS KALTARA
FAKULTAS EKONOMI
Kampus : Jl. Semangka RT. XVI Telaga (0552) 2532202, Tanjung Selor
Kabupaten Bulungan, Kalimantan Utara

Tanjung Selor, 12 Juni 2025

Nd. : 046/US.10.5.1-B/PPG/VI/2025
Perihal : Permohonan Data Penelitian

Yth.
Kepala Dinas Perindustrian Perdagangan dan Koperasi
Kabupaten Bulungan

Dalam rangka Penelitian Tugas Akhir, mahasiswa diminta untuk mengumpulkan data. Kami mohon kesediaan Bapak/Ibu dapat mengizinkan mahasiswa kami :

Nama : SELVANA YULIANTI
NPM : 202141023
Jurusan : MANAJEMEN
Alamat : Jl. Semangka Gang Surya, Tanjung Selor
No. HP : +62 822 5523 9704

Untuk mendapatkan data-data penelitian :

Bentuk data : Statistik
Sumber data : Profil UMKM Kabupaten Bulungan
Judul Penelitian : Faktor-faktor yang mempengaruhi minat berusaha pada generasi z di era digitalisasi

Kerahasiaan data akan dijaga dengan teguh dan hanya khusus dipergunakan untuk kepentingan ilmiah.

Demikian hal ini saya sampaikan, atas bantuan dan kesediaan Bapak/Ibu Kami ucapkan terima kasih.


 DEDDY MURYAWAN, ST, MM
 NID. 11.191179.01

Lampiran 8. Tabel untuk Alpha α 5%

df	0,05	0,025	df	0,05	0,025	df	0,05	0,025	df	0,05	0,025
1	6.314	12.706	53	1.674	2.006	105	1.659	1.983	157	1.655	1.975
2	2.920	4.303	54	1.674	2.005	106	1.659	1.983	158	1.655	1.975
3	2.353	3.182	55	1.673	2.004	107	1.659	1.982	159	1.654	1.975
4	2.132	2.776	56	1.673	2.003	108	1.659	1.982	160	1.654	1.975
5	2.015	2.571	57	1.672	2.002	109	1.659	1.982	161	1.654	1.975
6	1.943	2.447	58	1.672	2.002	110	1.659	1.982	162	1.654	1.975
7	1.895	2.365	59	1.671	2.001	111	1.659	1.982	163	1.654	1.975
8	1.860	2.306	60	1.671	2.000	112	1.659	1.981	164	1.654	1.975
9	1.833	2.262	61	1.670	2.000	113	1.658	1.981	165	1.654	1.974
10	1.812	2.228	62	1.670	1.999	114	1.658	1.981	166	1.654	1.974
11	1.796	2.201	63	1.669	1.998	115	1.658	1.981	167	1.654	1.974
12	1.782	2.179	64	1.669	1.998	116	1.658	1.981	168	1.654	1.974
13	1.771	2.160	65	1.669	1.997	117	1.658	1.980	169	1.654	1.974
14	1.761	2.145	66	1.668	1.997	118	1.658	1.980	170	1.654	1.974
15	1.753	2.131	67	1.668	1.996	119	1.658	1.980	171	1.654	1.974
16	1.746	2.120	68	1.668	1.995	120	1.658	1.980	172	1.654	1.974
17	1.740	2.110	69	1.667	1.995	121	1.658	1.980	173	1.654	1.974
18	1.734	2.101	70	1.667	1.994	122	1.657	1.980	174	1.654	1.974
19	1.729	2.093	71	1.667	1.995	123	1.657	1.979	175	1.654	1.974
20	1.725	2.086	72	1.666	1.993	124	1.657	1.979	176	1.654	1.974
21	1.721	2.080	73	1.666	1.993	125	1.657	1.979	177	1.654	1.973
22	1.717	2.074	74	1.666	1.993	126	1.657	1.979	178	1.653	1.973
23	1.714	2.069	75	1.665	1.992	127	1.657	1.979	179	1.653	1.973
24	1.711	2.064	76	1.665	1.992	128	1.657	1.979	180	1.653	1.973
25	1.708	2.060	77	1.665	1.991	129	1.657	1.979	181	1.653	1.973
26	1.706	2.056	78	1.665	1.991	130	1.657	1.978	182	1.653	1.973
27	1.703	2.052	79	1.664	1.990	131	1.657	1.978	183	1.654	1.973
28	1.701	2.048	80	1.664	1.990	132	1.656	1.978	184	1.653	1.973
29	1.699	2.045	81	1.664	1.990	133	1.656	1.978	185	1.653	1.973
30	1.697	2.042	82	1.664	1.989	134	1.656	1.978	186	1.653	1.973
31	1.696	2.040	83	1.663	1.989	135	1.656	1.978	187	1.653	1.973
32	1.694	2.037	84	1.663	1.989	136	1.656	1.978	188	1.653	1.973
33	1.692	2.035	85	1.663	1.988	137	1.656	1.977	189	1.654	1.973
34	1.691	2.032	86	1.663	1.988	138	1.656	1.977	190	1.653	1.973
35	1.690	2.030	87	1.663	1.988	139	1.656	1.977	191	1.653	1.972
36	1.688	2.028	88	1.662	1.987	140	1.656	1.977	192	1.653	1.972
37	1.687	2.026	89	1.662	1.987	141	1.656	1.977	193	1.653	1.972
38	1.686	2.024	90	1.662	1.987	142	1.656	1.977	194	1.653	1.972
39	1.685	2.023	91	1.662	1.986	143	1.656	1.977	195	1.654	1.972
40	1.684	2.021	92	1.662	1.986	144	1.656	1.977	196	1.653	1.972
41	1.683	2.020	93	1.661	1.986	145	1.655	1.976	197	1.653	1.972
42	1.682	2.018	94	1.661	1.986	146	1.655	1.976	198	1.653	1.972
43	1.681	2.017	95	1.661	1.985	147	1.655	1.976	199	1.653	1.972
44	1.680	2.015	96	1.661	1.985	148	1.655	1.976	200	1.653	1.972
45	1.679	2.014	97	1.661	1.985	149	1.655	1.976			
46	1.679	2.014	98	1.661	1.984	150	1.655	1.976			
47	1.678	2.013	99	1.660	1.984	151	1.655	1.976			
48	1.677	2.012	100	1.660	1.984	152	1.655	1.976			
49	1.677	2.011	101	1.660	1.984	153	1.655	1.976			

50	1.676	2.010	102	1.660	1.983	154	1.655	1.975
51	1.675	2.008	103	1.660	1.983	155	1.655	1.975
52	1.675	2.007	104	1.660	1.983	156	1.655	1.975

Lampiran 9. F Tabel Untuk Alpha 5%

Tabel Persamaan Distribusi F untuk Probabilitas = 0,05															
df untuk penyebut (d2)	df untuk pembilang (d1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	161	199	218	225	230	234	237	239	241	242	243	244	245	245	246
2	18.51	18.00	18.18	18.25	18.30	18.33	18.35	18.37	18.38	18.40	18.40	18.41	18.42	18.42	18.43
3	16.13	15.55	15.73	15.79	15.84	15.87	15.89	15.91	15.92	15.93	15.94	15.94	15.95	15.95	15.96
4	14.71	14.14	14.31	14.37	14.41	14.44	14.46	14.47	14.48	14.49	14.50	14.50	14.51	14.51	14.52
5	13.61	13.04	13.21	13.26	13.30	13.33	13.35	13.36	13.37	13.38	13.39	13.39	13.40	13.40	13.41
6	12.80	12.23	12.40	12.45	12.48	12.51	12.53	12.54	12.55	12.56	12.56	12.57	12.57	12.58	12.58
7	12.25	11.68	11.85	11.90	11.93	11.95	11.97	11.98	11.99	12.00	12.00	12.01	12.01	12.02	12.02
8	11.83	11.26	11.43	11.48	11.51	11.53	11.55	11.56	11.57	11.58	11.58	11.59	11.59	11.60	11.60
9	11.48	10.91	11.08	11.13	11.16	11.18	11.19	11.20	11.21	11.22	11.22	11.23	11.23	11.24	11.24
10	11.18	10.61	10.78	10.83	10.86	10.88	10.89	10.90	10.91	10.92	10.92	10.93	10.93	10.94	10.94
11	10.93	10.36	10.53	10.58	10.61	10.63	10.64	10.65	10.66	10.67	10.67	10.68	10.68	10.69	10.69
12	10.71	10.14	10.31	10.36	10.39	10.41	10.42	10.43	10.44	10.45	10.45	10.46	10.46	10.47	10.47
13	10.53	9.96	10.13	10.18	10.21	10.23	10.24	10.25	10.26	10.27	10.27	10.28	10.28	10.29	10.29
14	10.38	9.81	9.98	10.03	10.06	10.08	10.09	10.10	10.11	10.12	10.12	10.13	10.13	10.14	10.14
15	10.25	9.68	9.85	9.90	9.93	9.95	9.96	9.97	9.98	9.99	10.00	10.00	10.01	10.01	10.02
16	10.14	9.57	9.74	9.79	9.82	9.84	9.85	9.86	9.87	9.88	9.88	9.89	9.89	9.90	9.90
17	10.05	9.48	9.65	9.70	9.73	9.75	9.76	9.77	9.78	9.79	9.79	9.80	9.80	9.81	9.81
18	9.97	9.40	9.57	9.62	9.65	9.67	9.68	9.69	9.70	9.71	9.71	9.72	9.72	9.73	9.73
19	9.90	9.33	9.50	9.55	9.58	9.60	9.61	9.62	9.63	9.64	9.64	9.65	9.65	9.66	9.66
20	9.84	9.27	9.44	9.49	9.52	9.54	9.55	9.56	9.57	9.58	9.58	9.59	9.59	9.60	9.60
21	9.79	9.22	9.39	9.44	9.47	9.49	9.50	9.51	9.52	9.53	9.53	9.54	9.54	9.55	9.55
22	9.74	9.17	9.34	9.39	9.42	9.44	9.45	9.46	9.47	9.48	9.48	9.49	9.49	9.50	9.50
23	9.70	9.13	9.30	9.35	9.38	9.40	9.41	9.42	9.43	9.44	9.44	9.45	9.45	9.46	9.46
24	9.66	9.09	9.26	9.31	9.34	9.36	9.37	9.38	9.39	9.40	9.40	9.41	9.41	9.42	9.42
25	9.62	9.05	9.22	9.27	9.30	9.32	9.33	9.34	9.35	9.36	9.36	9.37	9.37	9.38	9.38
26	9.59	9.02	9.19	9.24	9.27	9.29	9.30	9.31	9.32	9.33	9.33	9.34	9.34	9.35	9.35
27	9.56	8.99	9.16	9.21	9.24	9.26	9.27	9.28	9.29	9.30	9.30	9.31	9.31	9.32	9.32
28	9.53	8.96	9.13	9.18	9.21	9.23	9.24	9.25	9.26	9.27	9.27	9.28	9.28	9.29	9.29
29	9.50	8.93	9.10	9.15	9.18	9.20	9.21	9.22	9.23	9.24	9.24	9.25	9.25	9.26	9.26
30	9.47	8.90	9.07	9.12	9.15	9.17	9.18	9.19	9.20	9.21	9.21	9.22	9.22	9.23	9.23
31	9.44	8.87	9.04	9.09	9.12	9.14	9.15	9.16	9.17	9.18	9.18	9.19	9.19	9.20	9.20
32	9.41	8.84	9.01	9.06	9.09	9.11	9.12	9.13	9.14	9.15	9.15	9.16	9.16	9.17	9.17
33	9.38	8.81	8.98	9.03	9.06	9.08	9.09	9.10	9.11	9.12	9.12	9.13	9.13	9.14	9.14
34	9.35	8.78	8.95	9.00	9.03	9.05	9.06	9.07	9.08	9.09	9.09	9.10	9.10	9.11	9.11
35	9.32	8.75	8.92	8.97	9.00	9.02	9.03	9.04	9.05	9.06	9.06	9.07	9.07	9.08	9.08
36	9.29	8.72	8.89	8.94	8.97	8.99	9.00	9.01	9.02	9.03	9.03	9.04	9.04	9.05	9.05
37	9.26	8.69	8.86	8.91	8.94	8.96	8.97	8.98	8.99	9.00	9.00	9.01	9.01	9.02	9.02
38	9.23	8.66	8.83	8.88	8.91	8.93	8.94	8.95	8.96	8.97	8.97	8.98	8.98	8.99	8.99
39	9.20	8.63	8.80	8.85	8.88	8.90	8.91	8.92	8.93	8.94	8.94	8.95	8.95	8.96	8.96
40	9.17	8.60	8.77	8.82	8.85	8.87	8.88	8.89	8.90	8.91	8.91	8.92	8.92	8.93	8.93
41	9.14	8.57	8.74	8.79	8.82	8.84	8.85	8.86	8.87	8.88	8.88	8.89	8.89	8.90	8.90
42	9.11	8.54	8.71	8.76	8.79	8.81	8.82	8.83	8.84	8.85	8.85	8.86	8.86	8.87	8.87
43	9.08	8.51	8.68	8.73	8.76	8.78	8.79	8.80	8.81	8.82	8.82	8.83	8.83	8.84	8.84
44	9.05	8.48	8.65	8.70	8.73	8.75	8.76	8.77	8.78	8.79	8.79	8.80	8.80	8.81	8.81
45	9.02	8.45	8.62	8.67	8.70	8.72	8.73	8.74	8.75	8.76	8.76	8.77	8.77	8.78	8.78

Tabel Persentase Distribusi F untuk Probabilitas = 0,95

df untuk pembilang (N1)	df untuk penyebut (N2)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
46	4.05	3.20	2.81	2.57	2.42	2.30	2.22	2.15	2.09	2.04	2.00	1.97	1.94	1.91	1.89
47	4.05	3.20	2.80	2.57	2.41	2.30	2.21	2.14	2.08	2.04	2.00	1.96	1.93	1.91	1.88
48	4.04	3.19	2.80	2.57	2.41	2.29	2.21	2.14	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
49	4.04	3.19	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.03	1.98	1.95	1.93	1.90	1.88
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.03	1.99	1.95	1.92	1.89	1.87
51	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.28	2.20	2.13	2.07	2.02	1.98	1.95	1.92	1.89	1.87
52	4.03	3.18	2.78	2.56	2.39	2.28	2.19	2.12	2.07	2.02	1.98	1.94	1.91	1.89	1.86
53	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
54	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39	2.27	2.18	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.06	2.01	1.97	1.93	1.90	1.87	1.85
56	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
57	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38	2.26	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
58	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.05	2.00	1.96	1.92	1.89	1.87	1.84
59	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.04	2.00	1.96	1.92	1.89	1.86	1.84
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99	1.95	1.92	1.89	1.86	1.84
61	4.00	3.15	2.75	2.53	2.37	2.25	2.16	2.09	2.04	1.99	1.95	1.91	1.88	1.85	1.83
62	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.99	1.95	1.91	1.88	1.85	1.83
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.24	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.85	1.82
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.98	1.94	1.90	1.87	1.84	1.82
67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.98	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
68	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
69	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.86	1.84	1.81
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97	1.93	1.89	1.86	1.84	1.81
71	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.97	1.93	1.89	1.86	1.83	1.81
72	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
73	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
74	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.22	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.85	1.83	1.80
75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.83	1.80
76	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
77	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
78	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.80
79	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.79
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.84	1.82	1.79
81	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.82	1.79
82	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
83	3.96	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
84	3.95	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
85	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
86	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.78
87	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.83	1.81	1.78
88	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.81	1.78
89	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
90	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78

Motivasi							Self Efficacy						Dukungan keluarga					Lingkungan Sosial				Minat Berwirausahaan			
X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	Tot	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Tot	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	Tot	X4.1	X4.2	X4.3	Tot	Y1	Y2	Y3	Tot
5	4	4	4	5	5	27	4	5	5	4	4	22	5	4	4	4	17	5	4	4	13	5	4	5	14
5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	15	5	5	5	15
4	4	5	4	4	4	25	5	5	4	5	4	23	4	4	5	4	17	5	5	4	14	4	4	4	12
5	4	5	5	4	5	28	4	4	5	5	4	22	4	4	5	5	18	4	4	5	13	4	4	5	13
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	12
5	5	5	5	5	4	29	5	5	5	5	5	25	4	5	5	5	19	5	5	5	15	4	5	5	14
5	5	5	5	5	5	30	5	4	4	4	4	21	5	5	4	5	19	5	5	4	14	5	5	5	15
5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	15	5	5	5	15
5	5	5	5	4	5	29	4	4	4	4	4	20	4	4	4	5	17	4	5	5	14	5	5	5	15
5	4	4	4	5	4	26	4	4	5	4	4	21	5	5	4	4	18	5	5	5	15	5	4	5	14
4	5	5	5	4	4	27	5	5	5	5	4	24	4	4	2	2	12	2	4	2	8	5	5	4	14
4	4	4	2	4	4	22	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	12
4	5	5	4	4	5	27	5	5	5	5	4	24	5	4	5	4	18	4	5	5	14	5	4	5	14
5	4	4	4	4	5	26	5	5	4	4	4	22	4	4	5	5	18	4	4	4	12	5	5	4	14
5	4	5	4	4	4	26	5	4	4	4	4	21	4	5	4	4	17	5	4	5	14	4	4	5	13
5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	25	5	4	5	5	19	5	5	5	15	5	5	5	15
4	5	5	4	5	5	28	5	5	4	4	4	22	4	5	5	5	19	5	4	5	14	5	4	5	14
5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	15	5	5	5	15
4	5	5	4	5	4	27	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	5	4	13	4	4	5	13
5	4	5	5	4	4	27	5	4	5	5	5	24	4	5	4	5	18	5	4	4	13	4	5	4	13
5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	25	5	5	5	4	19	5	5	5	15	5	5	5	15
4	4	4	5	4	5	26	5	5	5	4	4	23	4	5	4	5	18	4	4	4	12	5	5	5	15
4	5	5	4	4	5	27	4	4	4	4	5	21	4	4	4	5	17	5	5	5	15	5	4	5	14
5	5	4	5	4	4	27	5	5	5	4	4	23	4	4	4	5	17	5	4	4	13	4	5	5	14
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	12
4	4	4	4	5	5	26	4	5	5	5	4	23	4	5	5	4	18	5	5	5	15	5	5	4	14
4	5	5	4	5	5	28	4	4	5	4	4	21	4	4	4	4	16	5	5	5	15	5	5	5	15
4	5	5	4	4	5	27	5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	16	5	5	5	15	4	4	4	12
5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	15	5	5	5	15
5	5	5	5	4	5	29	5	5	5	5	5	25	4	5	5	4	18	5	4	5	14	5	5	5	15
5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	4	4	13	5	5	5	15
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	12
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	12
5	5	4	4	4	5	27	5	5	5	5	4	24	5	5	5	5	20	4	4	4	12	4	4	4	12
5	4	4	5	4	4	26	4	4	4	5	4	21	4	5	5	4	18	5	5	4	14	4	5	4	13
5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	15	5	5	5	15
5	5	5	5	4	4	28	5	5	5	5	4	24	4	4	4	4	16	4	5	5	14	5	5	5	15
4	4	5	5	4	4	26	4	5	5	4	4	22	4	5	5	5	19	5	4	4	13	5	5	5	15
5	5	5	5	4	5	29	5	5	4	4	4	22	5	5	5	5	20	5	5	5	15	5	5	5	15
5	5	4	5	4	5	28	5	5	4	5	4	23	5	5	5	5	20	5	5	5	15	5	5	5	15
4	4	5	4	5	4	26	4	5	5	4	4	22	5	5	4	4	18	5	5	4	14	4	5	5	14
5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	15	5	5	5	15
5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	15	5	5	5	15
5	5	5	4	4	5	28	5	4	4	5	5	23	4	5	5	4	18	5	4	5	14	4	4	4	12
5	5	4	5	4	5	28	5	5	4	4	4	22	4	4	4	4	16	5	4	5	14	4	4	4	12
5	5	5	4	4	4	27	5	2	4	4	2	17	4	5	4	2	15	5	2	5	12	5	5	4	14