

**PENGARUH LINGKUNGAN KELUARGA DAN MEDIA
SOSIAL TERHADAP MINAT BERWIRUSAHA
MAHASISWA MUSLIM DI KOTA MALANG DENGAN
KREATIVITAS SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

SKRIPSI

Diajukan Kepada:

Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang
untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (SE)



Oleh

Farizah Auliya Brillianty

NIM : 210503110106

**JURUSAN PERBANKAN SYARI'AH FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK
IBRAHIM MALANG**

2025

**PENGARUH LINGKUNGAN KELUARGA DAN MEDIA
SOSIAL TERHADAP MINAT BERWIRUSAHA
MAHASISWA MUSLIM DI KOTA MALANG DENGAN
KREATIVITAS SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

SKRIPSI

Diajukan Kepada:

Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang
untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (SE)



Oleh

Farizah Auliya Brillianty

NIM : 210503110106

**JURUSAN PERBANKAN SYARI'AH FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK
IBRAHIM MALANG**

2025

LEMBAR PERSETUJUAN

Pengaruh Lingkungan Keluarga dan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha
Mahasiswa Muslim di Kota Malang dengan Kreativitas sebagai Variabel
Intervening

SKRIPSI

Oleh

Farizah Auliya Brillianty

NIM : 210503110106

Telah Disetujui Pada Tanggal 30 April 2025

Dosen Pembimbing



Dr. Fani Firmansyah, SE., M.M

NIP. 197701232009121001

LEMBAR PENGESAHAN

Pengaruh Lingkungan Keluarga dan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha
Mahasiswa Muslim di Kota Malang dengan Kreativitas sebagai Variabel
Intervening

SKRIPSI

Oleh:

FARIZAH AULIYA BRILLIANTY

NIM : 210503110106

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji
Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarana Perbankan Syariah (S.E.)
Pada 25 Juni 2025

Susunan Dewan Penguji:

1. Ketua Penguji
Kartika Ratnasari, M.Pd
NIP. 198304022023212026
2. Anggota Penguji
Dr. Yayuk Sri Rahayu, M.M
NIP. 197708262008012011
3. Sekretaris Penguji
Dr. Fani Firmansyah, SE., M.M
NIP. 197701232009121001

Tanda Tangan



Disahkan Oleh:

Ketua Program Studi,



Dr. Yayuk Sri Rahayu, M.M

NIP. 197708262008012011

SURAT PERNYATAAN

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Farizah Auliya Brillianty

NIM : 210503110106

Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul: **PENGARUH LINGKUNGAN KELUARGA DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT BERWIRUSAHA MAHASISWA MUSLIM DI KOTA MALANG DENGAN KREATIVITAS SEBAGAI VARIABEL INTERVENING** adalah hasil karya saya sendiri, bukan “duplikasi” dari karya orang lain.

Selanjutnya apabila dikemudian hari ada “klaim” dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dan atau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari pihak mana pun.

Malang, 8 Mei 2025

Hormat saya,



Farizah Auliya Brillianty

NIM : 210503110106

HALAMAN PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan ucapan *Alhamdulillahirobbil'alamin*. Segala puja dan puji syukur terhaturkan kehadiran Allah *Subhanahu Wata'ala* yang mana dengan limpahan ilmu pengetahuan yang tak terbatas pastinya sangat mampu untuk memberikan pemahaman dalam perjalanan menempuh lelah dan letihnya belajar menuntut ilmu dan Sang Maha Khaliq pula yang menuntun perlahan sehingga terselesaikannya tugas akhir skripsi ini.

Sholawat ma'assalam juga tersanjungkan kehadiran junjungan kita. Nabi Akhiruzzaman, nabi yang membawa binar-binar izzul islam, khoirul ambiya' wal mursalin Baginda Nabi Muhammad *Shollallahu 'Alaihi Wasallam*. Yang mana berkat perjuangan Baginda Nabi Muhammad SAW kita mampu menikmati kenikmatan yang ada saat ini terutama kenikmatan dan kebebasan dalam menuntut ilmu.

Tak lupa tugas akhir ini juga dipersembahkan untuk diri sendiri. Yang mana sudah kuat dan sudah berhasil sampai pada detik ini, dengan hujan badai dan panas yang selalu menghantui diri ini tetap kuat. Sehingga detik yang dimana hanya menjadi mimpi indah dan cita-cita sudah terpampang nyata di depan mata.

Teruntuk kedua orang tuaku. Abi dan Mama yang selalu mensupport dalam keadaan apapun dan tak ada henti-hentinya melantunkan doa-doa yang terbaik. Perihal pengorbanan dan kasih sayangnya yang terus sabar pula memberikan dorongan untuk terselesaikannya tugas akhir skripsi ini dengan lancar.

Kepada adikku juga. Naila Fika Salsabila yang selalu menjadi teman berkeluh-kesah, berbagi cerita bahkan selalu menemani dikala lelah, yang selalu menjadi penghibur saat sedih dan selalu memberikan dukungan juga.

Kepada Bapak Dr. Fani Firmansyah, SE., M.M selaku dosen pembimbing ayang sangat penyabar dalam menghadapi saya sebagai mahasiswa bimbingan bapak. Dan senantiasa selalu memberikan dukungan, dorongan serta semangat dalam menyelesaikan tugas skripsi saya.

Sahabat dan Sepupuku semuanya April, Sindi, Iqbal, Lala, Indana, Nada, Izzuddin, Adiba, Zio beserta seluruh teman seperjuangan, terimakasih sudah mau berbagi cerita, berbagi suka dan duka bersama, serta tak lupa juga memberikan dorongan dan semangat dikala sudah adanya rasa ingin menyerah.

Kepada seseorang berinisial “MHH” yang belum bisa kusebut namanya. Terimakasih telah menjadi seseorang yang selalu menguatkan, selalu memberikan solusi, selalu menghibur, selalu mendoakan dan selalu memberikan kasih sayang.

Tak lupa pula terimakasih sebesar-besarnya terucap kepada seluruh pihak yang memberikan bantuan dalam berlangsungnya pengerjaan tugas akhir skripsi ini. Semoga semua yang tersemogakan tersemoga. Aamiin....

MOTTO

وَلَا تَسْتَوِ الْحَسَنَةُ وَلَا السَّيِّئَةُ ادْفَعْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ فَإِذَا الَّذِي بَيْنَكَ وَبَيْنَهُ عَدَاوَةٌ كَأَنَّهُ وَلِيٌّ
حَمِيمٌ

"Kebaikan tidak sama dengan kejahatan. Tolaklah kejahatan itu dengan cara yang lebih baik sehingga yang memusuhi-mu akan seperti teman yang setia."

(Q.S Fusshilat: 34)

KATA PENGANTAR

Segala puja dan puji syukur kehadirat Allah SWT, berkat rahmat, taufiq, hidayah serta inayah-Nya sehingga penelitian dengan judul “Pengaruh Lingkungan Keluarga dan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Muslim di Kota Malang dengan Kreativitas sebagai Variabel Intervening ini mampu terselesaikan.

Sholawat beserta salam juga tercurahkan kepada junjungan kita, nabi akhiruzzaman Baginda Nabi Muhammad SAW. Yang mana telah menuntun kita dari jalan yang gelap gulita menuju jalan yang terang benderang yakni Addinul Islam Wal Iman.

Kami sebagai penulis menyadari bahwa dalam proses menyusun tugas akhir skripsi ini juga berkat dari bimbingan dan arahan dari berbagai pihak. Tentu saja pada kesempatan ini penulis juga mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya dan tak terhitung jumlahnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H.M. Zainuddin, MA selaku rektor UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
2. Bapak Dr. H. Misbahul Munir, Lc., M.EI selaku dekan Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
3. Ibu Dr. Yayuk Sri Rahayu, M.M selaku kepala program studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
4. Bapak dan Ibu dosen program studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
5. Bapak Dr.Fani Firmansyah, SE., M.M selaku dosen pembimbing tugas akhir skripsi saya.
6. Ayah saya Harisun S.Ag dan Ibu saya Zahrotur Rokhmah S.Ag yang terus mendukung saya dan mendoakan saya dalam mengerjakan tugas akhir skripsi ini.
7. Keluarga serta sahabat yang sudah memberikan dorongan serta motivasi kepada saya.
8. Dan yang terakhir saya ucapkan juga terimakasih kepada diri saya sendiri yang sudah bisa bertahan sampai detik ini.

Pada akhirnya dengan segala kerendahan hati penulis pasti menyadari bahwa penulisan tugas akhir skripsi ini masih jauh sekali dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis sangat berharap masukan, kritik beserta saran agar dapat menyempurnakan tugas akhir skripsi ini. Dengan harapan karya yang telah diciptakan oleh penulis ini mampu memberikan manfaat bagi kita semua. Aamiin Ya Robbal ‘Alamiin...

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
<i>ABSTRACT</i>	xv
خلاصة البحث.....	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian.....	8
1.4. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
2.1. Penelitian Terdahulu.....	10
2.2. Kajian Teori.....	33
2.3 Hubungan Antar Variabel	43
2.4 Kerangka Konseptual	45
2.5. Hipotesis.....	45
BAB III METODE PENELITIAN	47
3.1. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	47
3.2. Lokasi Penelitian	47
3.3. Populasi dan Sampel	48

3.4. Teknik Pengambilan Sampel.....	49
3.5. Data dan Jenis Data	49
3.6. Teknik Pengambilan Data	50
3.7. Definisi Operasional.....	50
3.8. Skala Pengukuran	55
3.9 Analisis Data	55
3.10 Tahap Analisis Data	56
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	59
4.1. Hasil Penelitian.....	59
4.2. Uji Instrumen Penelitian.....	69
4.2.1. Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	69
4.2.3. Uji Model Struktural (<i>Inner model</i>)	75
4.2.4. Uji Intervening (Uji Mediasi)	77
4.3. Pembahasan	78
BAB V PENUTUP.....	90
5.1. Kesimpulan.....	90
5.2 Keterbatasan Penelitian	91
5.3 Saran.....	92
DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	102
IDENTITAS MAHASISWA:	127

DAFTAR TABEL

TABEL 2. 1 PENELITIAN TERDAHULU	24
TABEL 3. 1 DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL	51
TABEL 3. 2 SKALA LIKERT	55
TABEL 4.1. 1 KARAKTERISTIK BERDASARKAN INTITUSI PENDIDIKAN	59
TABEL 4.1. 2 KARAKTERISTIK BERDASARKAN KONDISI PENGHASILAN ORANG TUA	61
TABEL 4.1. 3 KARAKTERISTIK BERDASARKAN SEBERAPA SERING RESPONDEN MENGAKSES MEDIA SOSIAL DALAM SEHARI	62
TABEL 4.1. 4 DESKRIPSI RESPONDEN PADA VARIABEL LINGKUNGAN KELUARGA (X1)	64
TABEL 4.1. 5 DESKRIPSI RESPONDEN PADA VARIABEL MEDIA SOSIAL (X2).....	65
TABEL 4.1. 6 DESKRIPSI RESPONDEN PADA VARIABEL MINAT BERWIRAUSAHA (Y)	66
TABEL 4.1. 7 DESKRIPSI RESPONDEN PADA VARIABEL KREATIVITAS (Z)	67
TABEL 4.2. 1 <i>CROSS LOADING</i> LINGKUNGAN KELUARGA (X1)	71
TABEL 4.2. 2 <i>CROSS LOADING</i> MEDIA SOSIAL (X2)	72
TABEL 4.2. 3 <i>CROSS LOADING</i> MINAT BERWIRAUSAHA (Y)	72
TABEL 4.2. 4 <i>CROSS LOADING</i> KREATIVITAS (Z)	73

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1. 1 TINGKAT PENGANGGURAN DI INDONESIA	1
GAMBAR 1. 2 JUMLAH WIRAUSAHA DI INDONESIA	3
GAMBAR 2. 1 KERANGKA KONSEPTUAL	45
GAMBAR 4.1. 1 KARAKTERISTIK BERDASARKAN INTITUSI PENDIDIKAN.....	60
GAMBAR 4.1. 2 KARAKTERISTIK BERDASARKAN KONDISI PENGHASILAN ORANG TUA.....	61
GAMBAR 4.1. 3 KARAKTERISTIK BERDASARKAN SEBERAPA SERING RESPONDEN MENGAKSES MEDIA SOSIAL DALAM SEHARI	63
GAMBAR 4.2. 1 NILAI <i>LOADING FACTOR</i> TIDAK VALID	69
GAMBAR 4.2. 2 NILAI <i>LOADING FACTOR</i> VALID	69
GAMBAR 4.2. 3 NILAI <i>AVERAGE VARIANCE EXTRACTED (AVE)</i>	70
GAMBAR 4.2. 4 ASUMSI <i>FORNELL-LARCKER CRITERION</i>	71
GAMBAR 4.2. 5 ASUMSI <i>HETEROTRAIT-MONOTRAIT RATIO (HTMT)</i>	73
GAMBAR 4.2. 6 NILAI <i>CRONBACH'S ALPHA</i>	74
GAMBAR 4.2. 7 NILAI <i>COMPOSITE RELIABILITY</i>	75
GAMBAR 4.2. 8 R^2 (<i>R-SQUARED</i>).....	75
GAMBAR 4.2. 9 <i>PREDIKTIVE RELEVANCE (Q²)</i>	76
GAMBAR 4.2. 10 UJI <i>PATH COEFFICIENT</i> (ANALISIS JALUR)	77
GAMBAR 4.2. 11 UJI INTERVENING (UJI MEDIASI).....	77

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUISIONER	102
LAMPIRAN 2 DATA KUISIONER	106
LAMPIRAN 3 <i>OUTPUT</i> SMART PLS 3.....	123
LAMPIRAN 4 JURNAL BIMBINGAN	127
LAMPIRAN 5 SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME	129
LAMPIRAN 6 HASIL CEK TURNITIN	130
LAMPIRAN 7 BIODATA PENULIS	140

ABSTRAK

Farizah Auliya Brillianty. 2025, SKRIPSI. Judul : “Pengaruh Lingkungan Keluarga dan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Muslim di Kota Malang dengan Kreativitas sebagai Variabel Intervening

Pembimbing : Dr. Fani Firmansyah, SE., M.M

Kata Kunci : Minat Berwirausaha, Mahasiswa Muslim

Pengangguran di Indonesia merupakan permasalahan yang sangat menyusahakan dan selalu menarik perhatian publik yang mana tentu saja pemerintahan juga berupaya untuk menanggulangi permasalahan ini. Salah satu caranya dengan meningkatkan jumlah wirausahawan mapan di Indonesia Dengan hal tersebut sekaligus menjadi latar belakang penelitian ini tentu saja bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Lingkungan Keluarga dan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Muslim di Kota Malang dengan Kreativitas sebagai Variabel Intervening.

Peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif yang menggunakan alat analisis SEM PLS dan software Smart PLS 3. Peneliti menggunakan teknik non-probability sampling, serta menggunakan kuesioner sebagai media pengumpulan data yang disebarakan kepada 160 sampel mahasiswa muslim di Kota Malang yang telah ditentukan oleh peneliti dengan menggunakan metode Malhotra.

Kemudian hasil pengujian yang diperoleh peneliti menghasilkan bahwa variabel Lingkungan Keluarga memiliki pengaruh terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Muslim di Kota Malang, Variabel Media Sosial tidak mempunyai pengaruh terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Muslim di kota Malang, selanjutnya Variabel Kreativitas tidak memiliki peran sebagai variabel Intervening dalam hubungan antara Variabel Lingkungan Keluarga dengan Minat Berwirausaha Mahasiswa Muslim di Kota Malang, kemudian Variabel Kreativitas memiliki peran sebagai Variabel Intervening dalam hubungan antara Variabel Media Sosial dan Minat Berwirausaha Mahasiswa Muslim di Kota Malang.

ABSTRACT

Farizah Auliya Brillianty. 2025, *THESIS*. Title : “*The Influence of Family Environment and Social Media on Entrepreneurial Interest of Muslim Students in Malang City with Creativity as an Intervening Variable*”.

Advisor : Dr. Fani Firmansyah, SE., M.M

Keyword : *Interest in Entrepreneurship, Muslim Students*

Unemployment in Indonesia is a very troublesome problem and always attracts public attention, which of course the government is also trying to overcome this problem. One way is to increase the number of established entrepreneurs in Indonesia. With this as well as being the background of this study, of course, it aims to determine the Influence of Family Environment and Social Media on the Interests of Muslim Students in Entrepreneurship in Malang City with Creativity as an Intervening Variable.

The researcher used a quantitative research method using the SEM PLS analysis tool and Smart PLS 3 software. The researcher used a non-probability sampling technique, and used a questionnaire as a data collection medium distributed to 160 samples of Muslim students in Malang City that had been determined by the researcher using the Malhotra method.

Then the test results obtained by the researcher showed that the Family Environment variable has an influence on the Entrepreneurial Interest of Muslim Students in Malang City, the Social Media Variable has no influence on the Entrepreneurial Interest of Muslim Students in Malang City, then the Creativity Variable does not have a role as an Intervening variable in the relationship between the Family Environment Variable and the Entrepreneurial Interest of Muslim Students in Malang City, then the Creativity Variable has a role as an Intervening Variable in the relationship between the Social Media Variable and the Entrepreneurial Interest of Muslim Students in Malang City.

خلاصة البحث

فريزة أولياء برليانتي. ٢٠٢٥، رسالة جامعية. العنوان: تأثير البيئة الأسرية ووسائل التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام حول الاهتمام الريادي للطلاب المسلمين في مدينة مالانج مع الإبداع كمتغير متدخل .

المشرف: الدكتور فاني فيرمانسياه، البكالوريوس في الاقتصاد الماجستير في الإدارة،

الكلمات المفتاحية: الاهتمام بريادة الأعمال والطلاب المسلمين

البطالة في إندونيسيا مشكلة مزعجة للغاية ويجذب دائمًا انتباه الجمهور، وهو ما تفعله الحكومة بالطبع ويحاول أيضًا التغلب على هذه المشكلة. إحدى الطرق هي زيادة العدد من رواد الأعمال الراسخين في إندونيسيا. مع هذا بالإضافة إلى كونها الخلفية وتهدف هذه الدراسة بالطبع إلى تحديد تأثير البيئة الأسرية ووسائل التواصل الاجتماعي حول اهتمامات الطلاب المسلمين في ريادة الأعمال في مدينة مالانج مع الإبداع كمتغير متدخل.

استخدمت الباحثة أسلوب البحث الكمي باستخدام أداة تحليل SEM PLS وبرنامج SMART PLS استخدمت الباحثة أسلوب أخذ العينات غير الاحتمالية، واستخدمت الاستبيان كوسيلة لجمع البيانات تم توزيعها على ١٦٠ عينة من الطلاب المسلمين في مدينة مالانج والتي تم تحديدها من قبل الباحثة باستخدام طريقة مالهوترا.

ثم أظهرت نتائج الاختبار التي حصل عليها الباحثة أن متغير البيئة الأسرية له تأثير على الاهتمام الريادي للطلاب المسلمين في مدينة مالانج ليس لمتغير وسائل التواصل الاجتماعي أي تأثير على مصلحة ريادة الأعمال من الطلاب المسلمين في مدينة مالانج، ثم متغير الإبداع ليس له دور كمتغير متدخل في العلاقة بين متغير البيئة الأسرية ومصلحة ريادة الأعمال من الطلاب المسلمين في مدينة مالانج، ثم متغير الإبداع له دور كمتغير متدخل في العلاقة بين متغير وسائل التواصل الاجتماعي وريادة الأعمال اهتمام الطلاب المسلمين بمدينة مالانج.

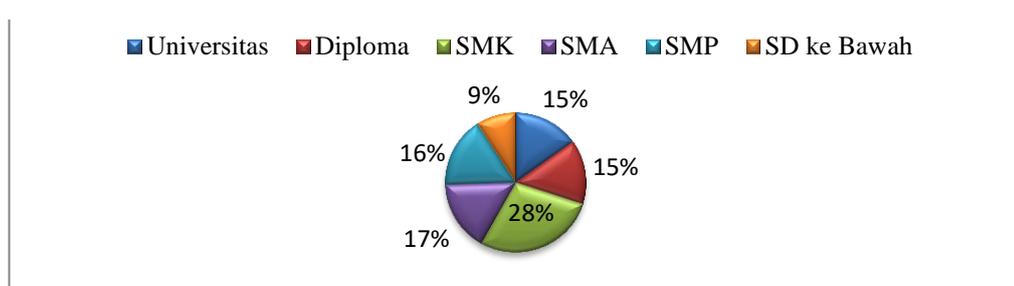
BAB 1 PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pengangguran di Indonesia ialah suatu permasalahan yang menyusahkan serta selalu menarik perhatian publik. Secara umum pengangguran ialah penduduk yang tidak bekerja, namun aktif mencari pekerjaan atau sedang mempersiapkan usaha baru (Pradanimas et al., 2024). Dalam sebuah penelitian yang sudah dilakukan oleh Pratama & Idris (2024), terdapat banyak sekali faktor yang dapat mempengaruhi tingkat pengangguran di negara Indonesia, antara lain pertumbuhan ekonomi, inflasi, bahkan tingkat angkatan kerja yang memiliki jenjang pendidikan yang tinggi. Kombinasi beberapa faktor ini akan menciptakan tantangan-tantangannya sendiri agar dapat mengatasi pengangguran, yang mana harus ditangani dengan intens agar dapat mencapai kestabilan sosial dan ekonomi.

Meski angka lulusan perguruan tinggi terus meningkat setiap tahun, banyak di antara mereka yang masih kesulitan menemukan pekerjaan yang selaras dengan proses pembelajaran yang mereka lalui. Hal ini menciptakan ketidakpastian dan kecemasan di kalangan mahasiswa dan lulusan baru, yang seharusnya menjadi motor penggerak pembangunan ekonomi. Kondisi ini menimbulkan keresahan, terutama pada generasi muda yang seharusnya cikal bakal harapan untuk bangsa. Berikut ini data pengangguran per-jenjang pendidikan yang ada di Indonesia tahun 2021:

Gambar 1. 1 Tingkat Pengangguran di Indonesia



Sumber : data BPS diolah

Meskipun terdapat upaya yang dilakukan oleh pemerintahan untuk menciptakan dan menambah lapangan pekerjaan, tantangan yang dihadapi semakin kompleks. Banyak lulusan perguruan tinggi kini bersaing untuk mendapatkan posisi yang semakin terbatas, sementara kebutuhan di pasar kerja terus berkembang. Dalam situasi ini, pentingnya upaya untuk melakukan pengembangan jiwa kewirausahaan di kalangan mahasiswa tidak dapat diabaikan sebagai jalan keluar agar dapat menurunkan tingkat pengangguran.

Menurut penelitian Syukriansyah et al. (2024) menyebutkan bahwa tingginya angka pengangguran di Indonesia, terutama di antara lulusan muda, mengindikasikan perlunya inovasi dalam menciptakan peluang kerja baru. Penelitian mereka menunjukkan bahwa mendorong kewirausahaan di kalangan mahasiswa bisa menjadi solusi yang sangat efektif untuk menghadapi tantangan ini. Kewirausahaan tidak hanya membuka peluang kerja baru yang berharga, tetapi juga memiliki potensi besar untuk meningkatkan daya saing ekonomi di tingkat lokal.

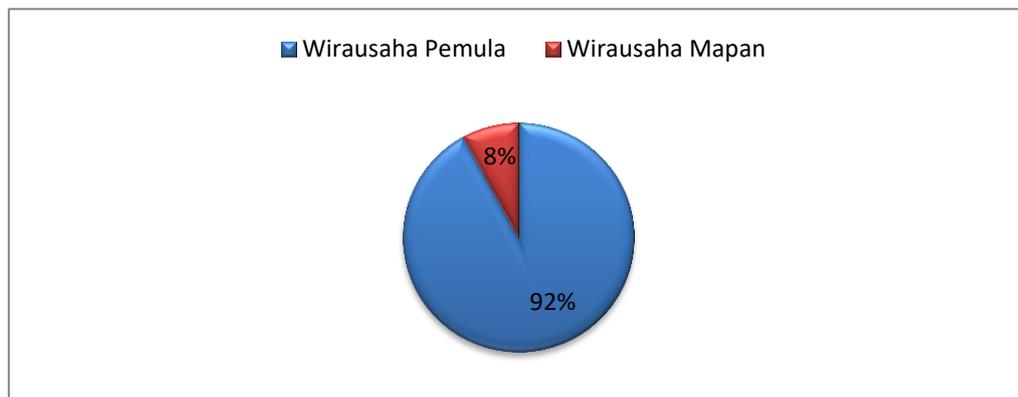
Dengan menciptakan lingkungan yang mendukung inovasi dan kreativitas, kita dapat merangsang ide-ide mahasiswa untuk mengembangkan bisnis yang tidak hanya menguntungkan untuk kepentingan individu, tetapi juga bagi komunitas sekitar. Inisiatif ini berkontribusi pada penguatan ekonomi lokal dan menciptakan ekosistem yang lebih dinamis, di mana berbagai pihak dapat berkolaborasi untuk mencapai keberhasilan bersama.

Berdasarkan fenomena pengangguran yang terjadi di Indonesia, hal ini dapat dihubungkan dengan kebutuhan mendesak untuk mendorong peningkatan pada sektor wirausaha muda sebagai solusi yang efektif untuk menanggulangi tingginya angka pengangguran.

Pada bulan Agustus 2023, data dari BPS menunjukkan bahwa jumlah wirausaha di Indonesia didominasi oleh wirausaha pemula, yang jumlahnya jauh lebih banyak dibandingkan dengan wirausaha mapan. Fenomena ini mencerminkan potensi sangat baik yang tentunya dimiliki oleh generasi muda

untuk berinovasi dan menciptakan lapangan kerja baru yang lebih berkualitas. Dengan memberikan dukungan yang tepat, seperti pelatihan keterampilan praktis dan akses ke modal usaha, dengan hal-hal tersebut dapat memperkuat sektor kewirausahaan dan menjadikannya sebagai motor penggerak pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan. Upaya ini tidak hanya akan mengurangi angka pengangguran, tetapi juga akan berkontribusi pada pembangunan masyarakat yang lebih mandiri dan sejahtera. Berikut ini data yang dihasilkan dari BPS mengenai jumlah pengangguran di Indonesia pada Agustus 2023:

Gambar 1. 2 Jumlah Wirausaha di Indonesia



Sumber : Data BPS dikelola

Dari data BPS mengenai jumlah wirausaha di Indonesia, peneliti dapat menghasilkan penelitian yang mengkaji mengenai minat berwirausaha dikalangan generasi muda yang mana Minat berwirausaha di kalangan generasi muda, khususnya mahasiswa, sangat penting agar dapat menyelesaikan masalah pengangguran dan meningkatkan tingkat kewirausahaan yang berkelanjutan di Indonesia (Ahdiat, 2023). Khususnya mahasiswa muslim yang mana menjadi objek dalam penelitian ini, yang mana tentu saja mahasiswa muslim sendiri paham mengenai nilai-nilai agama dan tentu saja dapat berpengaruh terhadap minat berwirausaha (Qadisyah et al., 2024). Penurunan angka pengangguran dapat dicapai melalui peningkatan jumlah wirausaha baru yang tentu saja mampu dalam hal membangun lapangan kerja. Dalam konteks ini, generasi muda diharapkan tidak hanya berperan sebagai pencari kerja, tetapi juga sebagai pencipta peluang

kerja yang inovatif. Beberapa faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha di kalangan mahasiswa meliputi pendidikan kewirausahaan, dukungan dari lingkungan sosial, serta akses terhadap informasi dan sumber daya yang relevan (Wicaksono et al., 2024).

Lebih lanjut, lingkungan dari keluarga dan institusi pendidikan juga berperan penting dalam membangun minat ini. Tidak hanya dari segi agama maupun kebiasaan. Lingkungan keluarga juga bisa mempengaruhi individu tersebut dalam bidang berbisnis. Dalam penelitian Indraswati et al. (2021), bahwasannya ditemukan adanya dampak yang baik dan menguntungkan pada lingkungan keluarga bagi minat berwirausaha mahasiswa, yang mana secara tidak langsung dari penelitian tersebut dapat diketahui bahwa dukungan keluarga juga tentu mempengaruhi minat berwirausaha mahasiswa. Namun pada penelitian lain, menurut Rusydi & Pamungkas (2024) menegaskan bahwa lingkungan keluarga tidak mempengaruhi secara parsial terhadap minat berwirausaha. Maka dari itu, lingkungan keluarga ini masih harus diteliti kembali supaya memperoleh hasil yang lebih sempurna.

Dengan adanya lingkungan keluarga yang baik dapat mendorong generasi muda untuk berwirausaha bukan hanya akan membantu mereka dalam pengembangan diri, tetapi juga memiliki peran pada pertumbuhan ekonomi nasional dan stabilitas pasar kerja di Indonesia. Dengan memanfaatkan sumber daya yang ada, mahasiswa dapat diberdayakan untuk menciptakan usaha sendiri, yang tidak hanya berpotensi membuka lapangan kerja bagi diri mereka sendiri, tetapi juga bagi orang lain (Rizkiawan & Utomo, 2024). Dengan demikian, termasuk aspek utama untuk mendalami dan mengkaji lebih luas bagaimana faktor-faktor ini dapat berkontribusi terhadap peningkatan minat berwirausaha di kalangan mahasiswa, terutama di kota-kota dengan tingkat pengangguran yang tinggi.

Di sisi lain, media sosial juga memiliki peran yang sama yaitu memiliki peran sangat krusial dalam meningkatkan ketertarikan berwirausaha di antara

mahasiswa. Dalam penelitian Pasaribu & Lubis (2024) bahwasannya media sosial berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha, yang mana dengan hasil penelitian tersebut media sosial ini dapat mendorong minat berwirausaha pada mahasiswa. Dalam penelitian lain Prasetio (2020) secara parsial dihasilkan bahwa variabel pemanfaatan media sosial tidak memberikan dampak yang signifikan, tetapi menunjukkan hubungan positif dengan minat berwirausaha, yang mana dengan adanya hasil dari penelitian tersebut maka mendorong peneliti untuk menguji kembali mengenai variabel ini.

Dengan kemudahan akses informasi dan komunikasi yang ditawarkan, mahasiswa dapat memasarkan produk dan jasa mereka dengan lebih efektif. Media sosial tidak hanya membantu mereka menjangkau konsumen, tetapi juga memberikan inspirasi dan ide-ide baru yang bisa diimplementasikan dalam usaha mereka. Pada penelitian lain juga mengakui bahwa pemanfaatan media sosial memberikan dampak positif dan signifikan terhadap ketertarikan berwirausaha di kalangan mahasiswa, terutama dalam meningkatkan keterampilan pemasaran dan memperluas jaringan sosial yang mendukung kegiatan kewirausahaan (Sahban, 2024). Namun, tidak semua mahasiswa mampu memanfaatkan peluang ini secara optimal, sehingga faktor lain perlu diperhatikan. Misalnya, dukungan dari lingkungan sosial dan pendidikan kewirausahaan yang memadai juga sangat penting untuk meningkatkan efektivitas penggunaan media sosial dalam konteks berwirausaha.

Dalam penelitian sebelumnya, masih minim sekali adanya penekanan pada variabel kreativitas yang merupakan salah satu aspek yang dapat menghubungkan lingkungan keluarga dan media sosial dalam mempengaruhi minat berwirausaha. Dalam penelitian Bahri et al. (2023) kreativitas menjadi variabel intervening pada dampak pendidikan dan motivasi kewirausahaan terhadap ketertarikan berwirausaha, yang mana dengan adanya penelitian tersebut mampu memperkuat bahwa kreativitas mampu menjadi variabel intervening yang kami tentukan untuk penelitian ini.

Mahasiswa dengan tingkat kreativitas yang baik dan tinggi memiliki kecenderungan untuk lebih inovatif dan terbuka terhadap peluang baru. Mereka mampu memanfaatkan dukungan dari orang-orang terdekat serta mengoptimalkan potensi media sosial untuk mengembangkan usaha mereka. Karena menurut penelitian Fortuna & Wijaya (2022) menunjukkan bahwasannya semakin tinggi tingkat kreativitas yang dimiliki dan yang dirasakan secara kritis oleh individu tersebut, maka semakin tinggi juga minat mereka dalam berwirausaha. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana kreativitas berfungsi sebagai variabel intervening dalam hubungan ini. Dengan demikian, pengembangan kreativitas di kalangan mahasiswa tidak hanya akan memperkuat minat mereka dalam berwirausaha, tetapi juga meningkatkan peluang keberhasilan usaha yang mereka jalankan (Irvan & Tato, 2022). Dengan memahami hubungan antara dukungan keluarga, media sosial, dan kreativitas dalam konteks pengangguran, penelitian ini berusaha menggambarkan dan menghasilkan kesimpulan yang lebih jelas mengenai potensi kewirausahaan di kalangan mahasiswa terutama mahasiswa muslim di kota Malang.

Setiap penelitian tentu saja memiliki tujuan. Begitupun penelitian ini bertujuan agar dapat menganalisis dampak lingkungan keluarga serta media sosial terhadap keinginan mahasiswa untuk berwirausaha, dengan kreativitas sebagai variabel intervening yang mana penulis melakukan penelitian mengenai minat berwirausaha pada mahasiswa muslim yaitu di Kota Malang. Kota Malang merupakan lokasi yang sangat tepat untuk meneliti serta mengkaji mengenai pengaruh lingkungan keluarga dan media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa, dengan kreativitas sebagai variabel intervening. Beberapa faktor mendukung ekosistem kewirausahaan di kota ini.

Menurut Gustina (2021) karakteristik mahasiswa di Malang yang beragam dan kreatif memberikan potensi besar untuk mengkaji bagaimana faktor-faktor eksternal, seperti lingkungan keluarga dan penerapan media sosial dalam sehari-hari, dapat mempengaruhi minat mereka dalam berwirausaha. Menurut Pakpahan (2024) Kota Malang merupakan Kota yang memiliki komunitas mahasiswa besar,

yang mana lebih dari 300 ribu mahasiswa yang berasal dari sejumlah perguruan tinggi di Kota Malang. Perihal tersebut tentu saja menjadi peluang peneliti untuk melakukan penelitian dengan objek mahasiswa muslim di Kota Malang.

Mahasiswa Muslim di Kota Malang layak dijadikan objek penelitian minat berwirausaha karena kota ini memiliki banyak perguruan tinggi Islam dengan jumlah mahasiswa Muslim yang besar dan aktif dalam berbagai program kewirausahaan. Misalnya, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang (UIN Malang) menjadi lokasi penelitian Gayatri (2025) yang secara khusus menganalisis hubungan praktik kewirausahaan terhadap minat berwirausaha di kalangan mahasiswa UIN Malang. Penelitian ini membuktikan bahwa mahasiswa Muslim di Malang tidak hanya jumlahnya signifikan, tetapi juga menjadi target pengembangan minat dan praktik kewirausahaan melalui berbagai program kampus, sehingga sangat relevan sebagai objek penelitian terkait minat berwirausaha.

Dengan diterbitkannya penelitian ini, tentu saja kami berharap dapat ditemukan wawasan baru yang berguna bagi pengembangan kewirausahaan di kalangan mahasiswa. Selain itu, hasil penelitian kami harapkan tentunya agar dapat memberikan rekomendasi bagi pihak-pihak terkait untuk menciptakan program yang lebih efektif dalam mendukung mahasiswa dalam berwirausaha, sehingga dapat berkontribusi pada pengurangan angka pengangguran di Indonesia.

1.2. Rumusan Masalah

Dengan merujuk pada uraian penjelasan latar belakang yang telah disampaikan sebelumnya, maka muncul beberapa rumusan masalah antara lain::

1. Apakah *lingkungan keluarga* berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa muslim di Kota Malang?
2. Apakah *media sosial* berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa muslim di Kota Malang?

3. Apakah *keaktivitas* mahasiswa berperan sebagai variabel intervening dalam interaksi antara lingkungan keluarga dan minat berwirausaha mahasiswa muslim di Kota Malang?
4. Apakah *keaktivitas* mahasiswa berperan sebagai variabel intervening dalam interaksi antara media sosial dan minat berwirausaha mahasiswa muslim di Kota Malang?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Mengidentifikasi pengaruh *lingkungan keluarga* terhadap minat berwirausaha mahasiswa muslim di Kota Malang.
2. Mengidentifikasi pengaruh *media sosial* terhadap minat berwirausaha mahasiswa muslim di Kota Malang.
3. Mengidentifikasi bahwa *keaktivitas* berperan sebagai variabel intervening dalam interaksi antara lingkungan keluarga dan minat berwirausaha mahasiswa muslim di Kota Malang.
4. Mengidentifikasi bahwa *keaktivitas* berperan sebagai variabel intervening dalam interaksi antara media sosial dan minat berwirausaha mahasiswa muslim di Kota Malang.

1.4. Manfaat Penelitian

Dengan diterbitkannya penelitian ini tentu saja diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Bagi pembaca / civitas akademika, dengan adanya penelitian yang kami lakukan tentunya sangat bermanfaat agar dapat memberikan tambahan pengetahuan mengenai pengaruh lingkungan keluarga, dan media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa dengan kreativitas sebagai variabel intervening.
 - b. Bagi peneliti lain, penelitian yang kami lakukan tentunya sangat bermanfaat dan dapat dikaji lebih luas oleh peneliti selanjutnya dengan mengkombinasi dengan variabel yang tentu saja berbeda.

2. Manfaat Praktisi

Bagi mahasiswa dan institusi pendidikan serta pembina kewirausahaan, dengan adanya penelitian yang kami lakukan dapat memberikan wawasan tentang pentingnya Aspek yang berdampak pada keinginan mahasiswa untuk berwirausaha.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu

Penelitian ini berfokus pada menganalisis pengaruh lingkungan keluarga, dan media sosial terhadap minat berwirausaha sangat banyak dijumpai. Berikut ini beberapa studi yang sebelumnya sudah dikaji mengenai pengaruh lingkungan keluarga dan media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa muslim dengan kreativitas sebagai variabel intervening antara lain.

Sumerta et al. (2020) dalam penelitiannya mengenai “Pengaruh Tingkat Penggunaan Media Sosial Dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Perguruan Tinggi Di Kota Denpasar. E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Seberapa besar penggunaan media sosial dan motivasi berpengaruh terhadap minat. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Hasil dari penelitian ini adalah: Tingkat penggunaan media sosial berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat berwirausaha, Motivasi berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat berwirausaha. Tingkat Penggunaan Media Sosial adalah seberapa sering mahasiswa menggunakan media sosial untuk mencari informasi, berkomunikasi dengan orang lain, dan mengakses konten yang berkaitan dengan dunia kewirausahaan. Sedangkan Motivasi merupakan dorongan internal mahasiswa untuk memulai usaha sendiri, yang dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti keyakinan diri, ketekunan, dan ketahanan terhadap resiko. Minat Berwirausaha adalah keinginan atau ketertarikan mahasiswa untuk terlibat dalam kegiatan wirausaha. Ini adalah sikap dan perilaku mahasiswa terhadap peluang berwirausaha.

Mugiyatun & Khafid (2020) dalam penelitiannya mengenai “Pengaruh prakerin, pendidikan kewirausahaan, dan lingkungan keluarga dengan *self efficacy* sebagai variabel intervening terhadap minat berwirausaha”. Penelitian tersebut

bertujuan guna menganalisis studi prakerin, pendidikan kewirausahaan dan lingkungan keluarga dengan *self efficacy* sebagai variabel yang mengintervensi terhadap minat berwirausaha. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial prakerin, pendidikan kewirausahaan, lingkungan keluarga dan *self efficacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha.

Adapun pengertian variabel pada penelitian tersebut Minat Berwirausaha (Y) merupakan ketersediaan individu untuk bekerja keras, pantang menyerah dalam segala hal dan tekun dalam mencapai tujuan wirausahanya, ketersediaan untuk menanggung berbagai macam resiko dalam kegiatan berwirausaha, kesediaan agar dapat mengurangi beban orang lain dengan cara berhemat, dan bersedia untuk belajar dari kegagalan. Prakerin (X1) merupakan kegiatan praktik yang berhubungan dengan pekerjaan dibidang industri yang mana telah dilakukan oleh siswa SMK di luar sekolah, yang telah disesuaikan dengan kebutuhan dunia usaha dan industri. Pendidikan Kewirausahaan (X2) merupakan Bidang ilmu yang mempelajari teori dan praktik terkait kewirausahaan, meliputi motivasi, sikap mandiri, dan pengetahuan berwirausaha. Lingkungan Keluarga (X3) merupakan pengaruh lingkungan keluarga pada minat berwirausaha, meliputi dukungan moril, dukungan materiil, dan lingkungan keluarga yang baik. *Self efficacy* (X4) merupakan kepercayaan individu terhadap kemampuan yang dimiliki oleh diri mereka sendiri guna mengatur dan melakukan sejumlah tindakan yang pasti mereka perlukan dalam mencapai tujuan.

Fortuna & Wijaya (2022) dalam penelitiannya mengenai “Pengaruh Kreativitas Diri dan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Universitas Tarumanagara”. Penelitian tersebut bertujuan guna mengetahui adanya pengaruh kreativitas diri dan penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanegara. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu deskriptif kuantitatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kreativitas diri, media sosial berpengaruh secara signifikan terhadap minat

berwirausaha. Adapun pengertian setiap variabel pada penelitian tersebut Kreativitas Diri merupakan suatu kemampuan yang mana guna menciptakan gagasan baru dan berharga, yang berkaitan dengan inovasi. Hal ini dipelajari pada tingkat individu dan melibatkan dorongan, karakter, cara berpikir, pemahaman, dan konteks sosial. Media Sosial ialah suatu platform digital yang memiliki kemungkinan individu untuk menghubungkan dan berkomunikasi dengan orang lain. Dalam konteks kewirausahaan, media sosial dapat digunakan untuk membangun jaringan, mempromosikan bisnis, dan memperoleh informasi. Minat Berwirausaha merupakan keinginan seseorang untuk berupaya keras dalam memenuhi kebutuhan hidupnya dengan keterampilan kreatif dan inovatif, memiliki rasa percaya diri, serta berani menghadapi risiko.

Siskia et al. (2024) dalam penelitiannya mengenai “Pengaruh lingkungan keluarga terhadap minat mahasiswa berwirausaha”. Studi ini mempunyai maksud untuk memahami dampak konteks keluarga terhadap ketertarikan dalam berbisnis di antara mahasiswa Universitas Tarumanegara. Metode penelitian yang diterapkan dalam studi ini yaitu metode kuantitatif. Kemudian studi ini menghasilkan bahwasannya keluarga berpengaruh besar terhadap ketertarikan dalam berbisnis pada mahasiswa.

Adapun pengertian tiap variabel pada penelitian tersebut Minat Berwirausaha merupakan dorongan psikologis yang memotivasi individu untuk fokus dan terlibat dalam dunia wirausaha dengan senang hati karena menyadari banyak sekali manfaat yang bisa didapat. Minat ini mencakup dorongan, ketertarikan, dan tekad untuk menjadi pribadi yang berani menghadapi risiko di masa depan serta belajar dari setiap kegagalan. Lingkungan keluarga ialah lingkungan pertama dan paling penting dalam eksistensi setiap individu dan merupakan sekelompok masyarakat paling kecil terdiri dari ayah, ibu, anak, dan anggota keluarga yang lain. Lingkungan ini tentu saja berperan dan mempengaruhi minat individu untuk menggapai cita-cita serta keinginan yang terbaik dalam hidup mereka, termasuk minat dalam berwirausaha.

Lombo (2023) dalam studinya mengenai “Peran *Self efficacy*, Modal Usaha dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa dengan Pengetahuan Akuntansi Sebagai Variabel Moderasi”. Studi ini bertujuan untuk membuktikan pengaruh akuntansi memoderasi *self efficacy*, modal usaha, dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha. Metode penelitian yang diterapkan oleh penulis penelitian ini dalam penelitian ini yaitu metode kuantitatif. Hasil dari studi ini memperlihatkan bahwa ada dampak baik dan signifikan pada *self efficacy*, modal usaha dan lingkungan keluarga terkait minat berwirausaha, dan terdapat hubungan positif dan signifikan variabel pengetahuan akuntansi memoderasi *self efficacy*, modal usaha, dan lingkungan keluarga terkait minat berwirausaha.

Adapun pengertian dari variabel penelitian tersebut *Self efficacy* ialah suatu keyakinan yang dimiliki setiap individu terhadap kemampuannya agar dapat menyelesaikan suatu tugas atau aktivitas tertentu, jika dikaitkan dengan kewirausahaan mencerminkan keyakinan seseorang dalam menjalankan bisnis, mengatasi tantangan, dan meraih keberhasilan. Semakin besar tingkat *self efficacy* seseorang, semakin besar keyakinannya agar dapat menjadi wirausaha dan melampaui rintangan yang dihadapi. Modal Usaha adalah sumber daya finansial yang dibutuhkan untuk memulai dan menjalankan sebuah usaha. Modal ini meliputi uang tunai, aset, dan sumber daya lainnya yang dibutuhkan untuk membeli peralatan, bahan baku, dan memenuhi kebutuhan operasional. Ketersediaan modal yang cukup dapat meningkatkan kepercayaan diri seseorang dan memberikan dukungan finansial untuk mewujudkan ide-ide bisnis. Lingkungan Keluarga berperan penting dalam membentuk minat dan motivasi berwirausaha. Dukungan, pengaruh, dan pengalaman orang tua atau keluarga dapat mempengaruhi keputusan seseorang untuk mewujudkan usahanya. Lingkungan keluarga yang memberikan dukungan dan mendorong semangat berwirausaha dapat meningkatkan kepercayaan diri seseorang dan memicu motivasi untuk memulai bisnis.

Pengetahuan Akuntansi merupakan pemahaman tentang prinsip, teknik, dan proses pencatatan, penggolongan, dan pelaporan informasi keuangan. Pengetahuan akuntansi yang memadai dapat membantu wirausahawan dalam mengelola keuangan bisnis, mengontrol pengeluaran, dan membuat keputusan yang tepat. Pengetahuan akuntansi berperan sebagai variabel moderasi, yaitu melihat apakah pengetahuan akuntansi dapat memperkuat pengaruh *self efficacy*, modal usaha, dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha.

Indraswati et al. (2021) penelitiannya mengenai “Pengaruh penggunaan media sosial dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha mahasiswa PGSD Universitas Mataram”. Studi ini tentu saja memiliki tujuan agar dapat mengetahui pengaruh pemanfaatan platform sosial dan keluarga terhadap ketertarikan dalam berbisnis. Metode penelitian yang diterapkan dalam studi ini yaitu metode kuantitatif. Hasil dari studi yang telah diteliti ini menghasilkan bahwa ada dampak positif dan signifikan dari pemanfaatan platform sosial dengan lingkungan keluarga terhadap ketertarikan dalam berbisnis. Adapun pengertian dari masing-masing variabel tersebut antara lain Variabel Penggunaan Media Sosial merujuk pada bagaimana mahasiswa menggunakan media sosial dalam kehidupan sehari-hari. Studi ini juga dapat kita ketahui tingkat penggunaan media sosial berdasarkan indikator keikutsertaan, transparansi, dialog, kelompok, dan interaksi. Variabel Lingkungan Keluarga pada penelitian ini memberikan gambaran mengenai pengaruh lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Variabel Minat Berwirausaha mengukur keinginan dan kesiapan mahasiswa untuk memulai usaha sendiri.

Putri & Subiyantoro (2024) dalam penelitiannya mengenai “Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Efikasi Diri, dan Dukungan Keluarga terhadap Minat Berwirausaha (Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Semester VIII Universitas Bhinneka PGRI Angkatan 2020)”. Penelitian ini memiliki tujuan agar dapat mengetahui pengaruh pendidikan kewirausahaan, efikasi diri, dan dukungan keluarga terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kuantitatif. Hasil dari penelitian ini

menunjukkan bahwa variabel pendidikan kewirausahaan, efikasi diri, dan dukungan keluarga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha.

Adapun pengertian dari masing-masing variabel pada penelitian tersebut Pendidikan kewirausahaan merujuk pada proses pembelajaran yang dirancang untuk memberikan siswa keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan untuk membantu mereka mengambil manfaat dari peluang bisnis. Tujuannya adalah untuk membangun individu secara keseluruhan sebagai wirausaha yang mempunyai kepribadian, pemahaman, dan keterampilan yang diperlukan untuk menjadi wirausaha. Pendidikan kewirausahaan diharapkan mampu menanamkan keahlian dan keterampilan wirausaha yang efektif dalam menanamkan keahlian dan keterampilan wirausaha. Efikasi diri dapat diartikan tentang kepercayaan seseorang terhadap kemampuan yang dimiliki diri mereka dalam menyelesaikan tugas, mengorganisasikan, menghasilkan, mencapai tujuan, serta melakukan kegiatan yang menunjukkan keterampilan tertentu. Efikasi diri dapat menentukan kualitas perasaan, pemikiran, sikap, dan motivasi seseorang. Dukungan keluarga adalah kelompok individu yang terhubung secara sosial-biologis melalui pernikahan, kelahiran, atau adopsi; mereka tidak tinggal bersama dan menggunakan sumber daya bersama untuk mencapai tujuan bersama.

Lingkungan keluarga ialah sebuah media utama pertama yang pastinya mempengaruhi perilaku dalam perkembangan anak. Dukungan keluarga meliputi dukungan emosional, dukungan penghargaan, dukungan instrumental atau finansial, dan informasi yang bermanfaat. Minat berwirausaha merupakan kemauan untuk bekerja dengan rajin dan tekun untuk mencapai tujuan usaha, bersedia untuk bertanggung jawab atas semua tantangan yang menghalangi usahanya, memiliki keahlian untuk menghadapi segala macam tantangan apa pun yang akan terjadi, selalu berhemat, serta selalu ingin belajar dari segala hal yang dihadapinya.

Pasaribu & Lubis (2024) dalam penelitiannya mengenai “Pengaruh media sosial, dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha melalui efikasi diri sebagai variabel intervening pada mahasiswa pendidikan Ekonomi Stambuk 2020 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh media sosial dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kuantitatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial berpengaruh positif terhadap efikasi diri, lingkungan keluarga berpengaruh positif terhadap efikasi diri, media sosial berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha, lingkungan keluarga berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha, efikasi diri berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha, dan media sosial berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha melalui efikasi diri pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2020, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan.

Adapun pengertian dari setiap variabel yang ada pada penelitian tersebut Efikasi diri adalah keyakinan seseorang dalam kemampuannya untuk menyelesaikan tugas dan mencapai tujuan yang ditetapkan. Efikasi diri didasarkan pada kemampuan individu untuk menghitung jumlah pekerjaan yang diperlukan dan yakin dapat mengatasi rintangan. Semakin tinggi tingkat efikasi diri seseorang, maka semakin besar keyakinan mereka untuk mencapai tujuan. Media sosial merujuk pada platform online yang memungkinkan orang untuk berinteraksi, berbagi informasi, dan membangun hubungan. Pengaruh media sosial dalam konteks ini dapat meningkatkan efikasi diri dengan memberikan ruang bagi pengguna untuk berbagi prestasi dan pencapaian. Media sosial juga bisa membantu memperkuat keyakinan diri individu dengan memberikan kesempatan untuk berekspresi dan mencari identitas. Lingkungan keluarga merujuk pada lingkungan sosial terdekat Lingkungan keluarga tentu saja berpengaruh besar terhadap pembentukan kepribadian, minat, dan nilai seseorang.

Abiyus et al. (2022) dalam penelitiannya mengenai “Pengaruh Lingkungan Keluarga, Pengetahuan Kewirausahaan dan Sosial Media Terhadap Minat

Berwirausaha Mahasiswa Unilak”. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan suatu kejadian dan fenomena terkait minat berwirausaha mahasiswa. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa lingkungan keluarga, pengetahuan kewirausahaan dan sosial media mempengaruhi minat wirausaha mahasiswa UNILAK.

Adapun pengertian dari setiap variabel penelitian tersebut Lingkungan Keluarga ialah suatu faktor yang sangat penting dalam membentuk minat dan kepribadian seseorang. Dukungan keluarga, baik moril maupun materil, berperan besar dalam mendorong minat mahasiswa untuk berwirausaha. Pengetahuan Kewirausahaan merujuk pada pemahaman tentang teori dan praktik berwirausaha, termasuk kemampuan menciptakan peluang usaha, manajemen dan organisasi bisnis, serta peran dan tanggung jawab seorang wirausahawan. Sosial Media merupakan alat komunikasi dan berbagi informasi yang sangat berpengaruh dalam kehidupan masyarakat. Dalam konteks berwirausaha, sosial media dapat menjadi sarana bagi mahasiswa untuk mengakses informasi, membangun jaringan, dan mempromosikan usaha mereka. Minat Berwirausaha menyatakan tingkat keinginan seseorang sgsr dapat ikut andil dalam aktivitas berwirausaha.

Fathiyannida & Erawati (2021) dalam penelitiannya mengenai “Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Motivasi Berwirausaha, Lingkungan Keluarga dan Ekspektasi Pendapatan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Akuntansi (Studi Kasus pada Mahasiswa Aktif dan Alumni Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Motivasi Berwirausaha, Lingkungan Keluarga dan Ekspektasi Pendapatan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Akuntansi. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini metode deskriptif kuantitatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan memiliki pengaruh negatif terhadap minat berwirausaha mahasiswa akuntansi, sedangkan motivasi berwirausaha, lingkungan keluarga,

dan ekspektasi pendapatan berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha mahasiswa akuntansi.

Adapun pengertian dari masing-masing variabel pada penelitian tersebut Pendidikan Kewirausahaan merupakan proses pembelajaran yang mengintegrasikan dasar-dasar dan strategi untuk membentuk keterampilan hidup yang mengarah pada pembentukan jiwa entrepreneurship. Pendidikan ini membentuk jiwa yang berani, kreatif, dan mandiri, serta berorientasi pada menyelesaikan masalah hidup dan kehidupan secara wajar. Motivasi Berwirausaha ialah penggerak psikologis seseorang agar dapat melakukan wirausaha yang dapat dibina, dipelajari dan ditingkatkan. Lingkungan pertama yang memberikan pengaruh terhadap sifat dan pola pikir setiap individu. Dalam keluarga, individu tentu mendapat perhatian, cinta, dukungan dan arahan yang dapat memberikan wawasan mengenai potensi dan pertumbuhan di masa depan. Dukungan dari keluarga dapat mendorong individu untuk menjadi wirausaha. Ekspektasi berperan sebagai salah satu faktor penting dalam memilih pekerjaan, khususnya dalam hal pendapatan. Minat Berwirausaha ialah kecenderungan batin seseorang guna melakukan proses merencanakan, mengorganisir, mengatur, mengambil risiko dan mengembangkan usaha yang dimilikinya.

Kusumadewi (2020) dalam penelitiannya mengenai “Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Lingkungan Keluarga, Dan Perkembangan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha”. Penelitian ini memiliki tujuan agar dapat mengetahui Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Lingkungan Keluarga, Dan Perkembangan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha. Metode penelitian pada penelitian ini yaitu metode kuantitatif. Kemudian hasilnya menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan, lingkungan keluarga dan perkembangan media sosial berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha.

Adapun pengertian dari masing-masing variabel penelitian tersebut Pendidikan Kewirausahaan di sini mengacu pada proses pembelajaran tentang pelajaran kewirausahaan yang telah diterapkan di setiap lembaga pendidikan dan

lembaga pelatihan untuk membantu siswa memahami fungsi perusahaan, manfaat dan tantangan berwirausaha, langkah-langkah dalam berwirausaha, serta prinsip-prinsip dasar dalam mengelola suatu usaha. Lingkungan keluarga merujuk pada pengaruh keluarga, sahabat, dan teman bermain dalam mendorong seseorang untuk menjadi wirausaha. Keluarga menjadi lingkungan pertama interaksi seseorang dan tempat mereka paling sering ditemui, sehingga memberikan pengaruh besar pada keputusan berkarir seseorang. Perkembangan media sosial merujuk pada peran media daring, seperti facebook, line, youtube, whatsapp, telegram, instagram, dan lainnya, yang memudahkan penggunanya mengikuti, mengkreasikan konten, serta berinteraksi di dunia virtual. Media sosial berperan sebagai media untuk meningkatkan kemampuan berbisnis, dan dapat menumbuhkan keinginan untuk berwirausaha bagi mahasiswa. Minat berwirausaha sendiri memiliki arti sebagai suatu ketertarikan individu untuk menjadi wirausaha.

Puspita (2023) dengan penelitiannya mengenai “Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial dan Motivasi Minat Mahasiswa dalam Berwirausaha”. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial dan Motivasi Minat Mahasiswa dalam Berwirausaha. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial secara umum berpengaruh positif terhadap kewirausahaan mahasiswa. Sementara itu, masalah privasi atau kerahasiaan saat menggunakan media sosial, sebagian dari sudut pandang pengguna, masih menjadi masalah, sehingga sebagai calon pedagang online harus memperhatikan etika bisnis dan menjaga kerahasiaan informasi pelanggan.

Adapun pengertian dari masing-masing variabel pada penelitian tersebut Pemanfaatan Media Sosial merujuk pada penggunaan platform digital seperti website dan aplikasi yang memungkinkan interaksi dan komunikasi antara pengguna, seperti Facebook, Instagram, Twitter dan lain sebagainya. Dalam konteks jurnal ini, pemanfaatan media sosial diartikan sebagai penggunaan platform digital untuk menjangkau konsumen, mempromosikan produk atau jasa,

dan membangun brand bisnis. Motivasi didefinisikan sebagai dorongan atau kekuatan yang memotivasi individu untuk melakukan tindakan dan mencapai tujuan tertentu. Dalam konteks jurnal ini. Minat berwirausaha diartikan sebagai keinginan atau ketertarikan seseorang untuk menjadi wirausaha, yaitu menjalankan usaha sendiri dan menciptakan lapangan pekerjaan. Minat berwirausaha pada mahasiswa juga dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti halnya motivasi, pengalaman, dan lingkungan. Kewirausahaan didefinisikan sebagai proses menciptakan nilai tambah melalui pengambilan risiko dan peluang, yang melibatkan berbagai kegiatan seperti inovasi, kreativitas, dan manajemen. Kewirausahaan dalam jurnal ini diartikan sebagai upaya untuk memulai dan mengembangkan bisnis secara mandiri, mencari peluang, dan menghasilkan keuntungan.

Aditia et al. (2022) dalam penelitiannya menegakanenai “Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Dukungan Keluarga, Dan Motivasi Prestasi Terhadap Minat Berwirausaha”. Penelitian ini memiliki tujuan agar dapat mengetahui seberapa pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Dukungan Keluarga, Dan Motivasi Prestasi Terhadap Minat Berwirausaha. Metode penelitian yang digunakan menggunakan jenis penelitian kuantitatif yang telah dijalankan. Hasilnya berdasarkan hasil uji simultan dihasilkan bahwa adanya pengaruh pendidikan kewirausahaan, dukungan keluarga, dan motivasi prestasi secara simultan terhadap minat berwirausaha Mahasiswa Program studi Manajemen Universitas Malang. Sedangkan Berdasarkan hasil uji parsial dinyatakan bahwa pendidikan kewirausahaan tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha, dukungan keluarga berpengaruh terhadap minat berwirausaha, dan motivasi prestasi tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha Mahasiswa Program studi Manajemen Universitas Malang.

Adapun pengertian dari masing-masing variabel pada penelitian tersebut Pendidikan Kewirausahaan ialah aktivitas pembelajaran yang diberikan pada setiap jenjang pendidikan, bertujuan untuk menyediakan pengetahuan dan membangun sikap wirausaha sejak dini. Peran keluarga, terutama orang tua,

sangat penting dalam membentuk minat berwirausaha. Motivasi prestasi merupakan dorongan dalam diri manusia untuk menangani tantangan dan rintangan, serta berupaya agar dapat menyelesaikan pekerjaan yang ada dalam waktu yang singkat dan sebaik mungkin. Indikator motivasi prestasi meliputi kerja keras, kegigihan, dan usaha. Minat berwirausaha ialah perasaan mendalam pada diri seseorang dalam tahapan perencanaan, pengorganisasian, pengaturan, manajemen risiko dan pengembangan usaha yang dimiliki.

Aputra et al. (2022) dalam penelitiannya mengenai “Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Lingkungan Pergaulan, dan Media Sosial, Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa UKM Kewirausahaan Universitas Muslim Indonesia”. Penelitian ini memiliki tujuan agar dapat mengetahui pengaruh pengetahuan kewirausahaan, lingkungan pergaulan dan media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Metode penelitian dalam penelitian ini yaitu metode kuantitatif dan kualitatif. Hasilnya bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara pengetahuan kewirausahaan, lingkungan pergaulan, dan media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa.

Adapun pengertian dari masing-masing variabel pada penelitian tersebut Pengetahuan kewirausahaan ialah ilmu yang didalamnya membahas tentang cara dan proses dalam menjalankan usaha. Ilmu ini dapat diperoleh melalui berbagai sumber seperti pengajaran dosen, pertukaran pikiran dengan para wirausahawan, ataupun melalui pengalaman langsung. Lingkungan pergaulan adalah tempat seseorang berinteraksi dengan orang lain dalam jangka waktu lama sehingga terjadi saling mempengaruhi. Lingkungan pergaulan meliputi keluarga, kampus, lingkungan sekitar, organisasi, dan masyarakat. Media sosial merupakan platform bagi pengguna untuk berbagi informasi, gambar, audio, dan video. Media sosial dapat digunakan untuk membangun personal branding, memasarkan produk, dan berinteraksi dengan konsumen. Minat berwirausaha merupakan keinginan dan ketertarikan seseorang terhadap dunia bisnis.

Rusydi & Pamungkas (2024) dalam penelitiannya mengenai “Pengaruh ekspektasi pendapatan dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha”. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan mengenai pengaruh Ekspektasi Pendapatan dan Lingkungan Keluarga terhadap minat berwirausaha peserta didik. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan ekspektasi pendapatan dan lingkungan keluarga secara bersamaan memengaruhi minat berwirausaha. Sedangkan secara parsial, didapatkan hasil yakni ekspektasi pendapatan berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa, sedangkan lingkungan keluarga tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha.

Adapun pengertian dari masing-masing variabel pada penelitian tersebut Ekspektasi Pendapatan adalah harapan individu terhadap penghasilan yang akan diterimanya melalui pekerjaan atau kegiatan wirausaha. Masyarakat termotivasi untuk menjadi wirausaha apabila mereka dapat mengharapkan penghasilan yang lebih tinggi dibandingkan bekerja sebagai pegawai. Lingkungan Keluarga merupakan faktor eksternal yang berasal dari lingkungan keluarga, yang dapat mempengaruhi minat berwirausaha. Dukungan dari keluarga, apabila keluarga mendukung secara positif maka dapat meningkatkan minat berwirausaha. Minat Berwirausaha sendiri memiliki pengertian ketertarikan atau dorongan secara sadar untuk melakukan usaha untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan.

Prasetio (2020) dalam penelitiannya mengenai “Analisis Pengaruh Penggunaan Media Sosial, Motivasi Intrinsik, dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Analisis Pengaruh Penggunaan Media Sosial, Motivasi Intrinsik, dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kuantitatif. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa variabel penggunaan media sosial tidak berpengaruh secara signifikan dan memiliki korelasi positif terhadap minat berwirausaha. Sedangkan untuk variabel motivasi intrinsik dan pengetahuan kewirausahaan berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap minat

berwirausaha. Hasil penelitian secara simultan menunjukkan bahwa penggunaan media sosial, motivasi, dan pengetahuan kewirausahaan berpengaruh secara signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Adapun pengertian dari masing-masing variabel pada penelitian tersebut

Bahri et al. (2023) dalam penelitiannya mengenai “The Effect of Entrepreneurship Learning and Motivation on Entrepreneurship Interest: The Role of Creativity as an Intervening Variable”. Penelitian ini bertujuan agar dapat mengetahui pengaruh pembelajaran kewirausahaan dan motivasi kewirausahaan terhadap minat berwirausaha dengan kreativitas sebagai variabel interveningnya. Adapun metode penelitiannya yaitu Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif eksplanatori. Metode ini digunakan untuk menganalisis hubungan antara beberapa variabel penelitian, yaitu pembelajaran kewirausahaan, motivasi, kreativitas, dan minat kewirausahaan. Dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa pembelajaran kewirausahaan dan motivasi memiliki pengaruh signifikan terhadap minat kewirausahaan secara langsung pada mahasiswa program studi kewirausahaan. Namun, pembelajaran kewirausahaan dan motivasi tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kreativitas mahasiswa. Secara tidak langsung, pembelajaran kewirausahaan dan motivasi mempengaruhi minat kewirausahaan melalui kreativitas. Penelitian ini juga mengungkap bahwa kreativitas memiliki pengaruh signifikan terhadap minat kewirausahaan. Secara keseluruhan, penelitian ini menyoroti pentingnya pembelajaran kewirausahaan dan motivasi dalam membangun minat kewirausahaan pada mahasiswa, dengan peran kreativitas sebagai faktor penengah yang penting.

Adapun definisi dari masing-masing variabel pada penelitian tersebut Entrepreneurship Learning (X1) merupakan proses belajar yang dilakukan secara sadar dan terencana oleh pendidik untuk mengajarkan siswa tentang kewirausahaan. Motivation (X2) merupakan dorongan internal yang mendorong seseorang untuk bersemangat dan tekun dalam melakukan aktivitas yang ingin dicapai. Creativity (Z) merupakan kemampuan seseorang untuk melahirkan

gagasan atau ide baru yang bermanfaat. Entrepreneurial Interest (Y) merupakan fokus perhatian seseorang terhadap kewirausahaan yang diiringi dengan keinginan untuk mempelajari, mengetahui, dan membuktikan lebih banyak hal tentang kewirausahaan.

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti, Judul, Tahun	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Sumerta, I. K., Redianingsih, N. K., Pranawa, I. M. B., & Indahyani, D. N. T. (2020). Pengaruh Tingkat Penggunaan Media Sosial Dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Perguruan Tinggi Di Kota Denpasar. <i>E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana</i> , 7(9), 627.	tingkat penggunaan media sosial (X1), motivasi (X2), minat berwirausaha (Y)	Teknik analisis data yang digunakan adalah Analisis Regresi Linier Berganda, Koefisien Determinasi, Uji F dan Uji t.	Hasil analisis pada penelitian ini menunjukkan Tingkat Penggunaan Media Sosial berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Minat Berwirausaha, Motivasi berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Minat Berwirausaha
2.	Mugiyatun, M., & Khafid, M. (2020). Pengaruh prakerin, pendidikan kewirausahaan, dan lingkungan keluarga dengan <i>self efficacy</i> sebagai variabel intervening terhadap minat berwirausaha. <i>Econ</i>	pakerin (X1), pendidikan kewirausahaan (X2), lingkungan keluarga (X3), <i>self efficacy</i> (Z), minat berwirausaha	Metode analisis data yang digunakan adalah analisis statistik deskriptif dan analisis jalur.	Hasil penelitian menunjukkan secara partial prakerin dipengaruhi oleh prakerin, pendidikan kewirausahaan dan lingkungan, serta <i>self efficacy</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha, lingkungan keluarga sebesar, dan <i>self efficacy</i> sebesar. Selanjutnya, secara

	<i>omic Education Analysis Journal</i> , 9(1), 100-118.	a (Y)		tidak langsung minat berwirausaha dipengaruhi oleh prakerin, pendidikan kewirausahaan dan lingkungan keluarga, melalui <i>self efficacy</i>
3.	Fortuna, F., & Wijaya, A. (2022). Pengaruh Kreativitas Diri dan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Universitas Tarumanagara.	kreativitas diri (X1), media sosial (X2). Minat berwirausaha (Y)	Metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif	Penelitian ini menerangkan bahwa: 1) Kreativitas Diri memiliki pengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara, 2) Media Sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara 3) Kreativitas diri berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara dengan Media Sosial sebagai variabel moderasi.
4.	Siskia, B., Satria, I. G. I. J., Darmawangsa, H., & Kurniawati, M. (2024). Pengaruh Lingkungan Keluarga terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. <i>Dinamika Kreatif Manajemen Strategis</i> , 6(4).	lingkungan keluarga (X1), minat berwirausaha (Y)	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan korelasional, di mana data dikumpulkan dari mahasiswa yang memiliki bisnis keluarga	Hasil penelitian menunjukkan bahwa lingkungan keluarga memiliki pengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Dukungan moral dan contoh nyata dari bisnis keluarga memainkan peran penting dalam membentuk minat tersebut

			melalui kuesioner daring	
5	Lombo, M. I. (2023). Peran <i>Self efficacy</i> , Modal Usaha dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa dengan Pengetahuan Akuntansi Sebagai Variabel Moderasi. <i>Jurnal Literasi Akuntansi</i> , 3(3), 116-124.	<i>self efficacy</i> (X1), modal usaha (X2), lingkungan keluarga (X3), minat berwirausaha (Y), pengetahuan akuntansi (Z)	Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Penelitian mengambil sampel dari mahasiswa Program Studi Akuntansi di beberapa kampus yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta. Data primer yang diperoleh dalam penelitian ini yaitu hasil dari kuesioner yang didapatkan melalui responden kemudian diolah menggunakan SPSS dengan analisis regresi linear berganda.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan <i>self efficacy</i> terhadap minat berwirausaha, terdapat pengaruh positif dan signifikan modal usaha terhadap minat berwirausaha, terdapat pengaruh positif dan signifikan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha, dan terdapat hubungan positif dan signifikan variable pengetahuan akuntansi memoderasi <i>self efficacy</i> , modal usaha dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha.
6.	Indraswati, D., Hidayati, V. R.,	penggunaan media sosial	Jenis penelitian	Hasil penelitian menunjukkan terdapat

	Wulandari, N. P., & Maulyda, M. A. (2021). Pengaruh penggunaan media sosial dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha mahasiswa PGSD Universitas Mataram. <i>Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan</i> , 9(1), 17-34.	(X1), lingkungan keluarga (X2), minat berwirausaha (Y)	adalah penelitian ex-post facto dengan pendekatan kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner yang dikemas dalam google form. Analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda.	pengaruh positif dan signifikan penggunaan media sosial dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha.
7.	Putri, A. A., & Subiyantoro, H. (2024). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Efikasi Diri, dan Dukungan Keluarga terhadap Minat Berwirausaha (Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Semester VIII Universitas Bhinneka PGRI Angakatan 2020). <i>Jurnal Economina</i> , 3(8), 874-887.	pendidikan kewirausahaan (X1), efikasi diri (X2), dukungan keluarga (X3), minat berwirausaha (Y)	Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah angket atau kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah Analisis Regresi Linier Berganda.	Berdasarkan hasil regresi linier berganda pendidikan kewirausahaan, efikasi diri, dan dukungan keluarga secara simultan sehingga tiga variabel tersebut berpengaruh terhadap minat berwirausaha artinya H4 diterima dan H0 ditolak.
8.	Pasaribu, R. M., & Lubis, P. K. D. (2024). Pengaruh Media sosial dan Lingkungan keluarga terhadap Minat	media sosial (X1), lingkungan keluarga (X2), minat berwirausaha (Y),	Penelitian ini bersifat kuantitatif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial berpengaruh positif terhadap efikasi diri, lingkungan keluarga berpengaruh positif terhadap efikasi diri, media sosial

	<p>Berwirausaha melalui Efikasi diri sebagai Variabel Intervening pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi STAMBUK 2020 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan. <i>Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran (JRPP)</i>, 7(4), 151133-15144.</p>	<p>efikasi diri (Z)</p>	<p>adalah metode ex post facto yang dikombinasikan dengan teknik sampling komprehensif. Responden dalam penelitian ini berjumlah delapan puluh tiga orang. Penelitian ini menggunakan uji Sobel, uji validitas dan reliabilitas, serta pengujian asumsi tradisional heteroskedastisitas, multikolinieritas, dan kenormalan.</p>	<p>berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha, lingkungan keluarga berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha, efikasi diri berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha, dan media sosial berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha melalui efikasi diri pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2020, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan</p>
9.	<p>Abiyus, W., Heri, H., & Seswandi, A. (2022). Pengaruh Lingkungan Keluarga, Pengetahuan Kewirausahaan dan Sosial Media Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Unilak. <i>Jurnal Bisnis Kompetitif</i>, 1(3),</p>	<p>lingkungan keluarga (X1), pengetahuan kewirausahaan (X2), sosial media (X3), minat berwirausaha (Y)</p>	<p>Penelitian ini adalah penelitian deskriptif yaitu penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan fenomena dan konteks dalam minat</p>	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa lingkungan keluarga, pengetahuan kewirausahaan dan sosial media mempengaruhi minat wirausaha mahasiswa UNILAK.</p>

	329-341.		berwirausaha mahasiswa/mahasiswi UNILAK. Pendekatan yang digunakan adalah studi kasus.	
10	Fathiyannida, S., & Erawati, T. (2021). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Motivasi Berwirausaha, Lingkungan Keluarga dan Ekspektasi Pendapatan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Akuntansi (Studi Kasus pada Mahasiswa Aktif dan Alumni Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata. <i>Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Finansial Indonesia</i> , 4(2), 83-94.	pendidikan kewirausahaan (X1), motivasi berwirausaha (X2), lingkungan keluarga (X3), ekspektasi pendapatan (X4), minat berwirausaha (Y)	Pengolahan data diuji dengan uji asumsi klasik dan uji hipotesis dengan Uji Normalitas, Uji Linearitas, Uji Multikoleniaritas, Uji Heteroskedastitas, Uji T, Uji F, Regresi Linear Berganda dan R ² .	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan berpengaruh negatif terhadap minat berwirausaha mahasiswa akuntansi, sedangkan motivasi berwirausaha, lingkungan keluarga, dan ekspektasi pendapatan berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha mahasiswa akuntansi.
11.	Kusumadewi, V. (2020). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Lingkungan Keluarga, Dan Perkembangan Media Sosial Terhadap Minat	pendidikan kewirausahaan (X1), lingkungan keluarga (X2), perkembangan media sosial (X3),	Penelitian ini termasuk penelitian kausal komparatif. Populasi penelitian ini adalah mahasiswa	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Pendidikan kewirausahaan berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha, 2) Lingkungan Keluarga berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha, 3) Perkembangan Media Sosial

	Berwirausaha. <i>Jurnal Pendidikan Dan Ekonomi</i> , 9(2), 105-112.	minat berwirausaha (Y)	Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Sedangkan sampel penelitian ini adalah angkatan 2017 dan 2018 sebanyak 138 mahasiswa. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah angket dan analisis dokumentasi. Uji instrumen tujukan kepada mahasiswa angkatan 2017 dan 2018 sebanyak 40 orang.	berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha Pendidikan Kewirausahaan, Lingkungan Keluarga dan Perkembangan Media Sosial berpengaruh positif terhadap Minat Berwirausaha.
12.	Puspita, T. (2023). Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial dan Motivasi Minat Mahasiswa dalam Berwirausaha. <i>JME B Jurnal Manajemen Ekonomi & Bisnis</i> , 1(2), 80-89.	pemanfaatan media sosial (X1), motivasi (X2), minat berwirausaha (Y)	Metode kualitatif dipakai sebagai metode penelitian yaitu dengan melakukan pengamatan melalui media sosial, secara langsung dan bersifat sistematis.	media sosial secara umum berpengaruh positif terhadap kewirausahaan mahasiswa. Sementara itu, masalah privasi atau kerahasiaan saat menggunakan media sosial, sebagian dari sudut pandang pengguna, masih menjadi masalah, sehingga sebagai calon pedagang online harus memperhatikan etika bisnis dan menjaga kerahasiaan informasi pelanggan.

			Kemuadian data – data yang telah di peroleh di catat dalam suatu buku catatan observasi, yang menjadi objek penelitian ini adalah Mahasiswa.	
13.	Aditia, E. M., Pardiman, P., & Rahmawati, R. (2022). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Dukungan Keluarga, Dan Motivasi Prestasi Terhadap Minat Berwirausaha. <i>E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen</i> , 11(03) .	pendidikan kewirausahaan (X1), dukungan keluarga (X2), motivasi prestasi (X3), minat berwirausaha (Y)	Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif yang dilakukan pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Islam Malang dimulai bulan Desember 2021 sampai dengan April 2022.	Berdasarkan hasil uji simultan, ditemukan bahwa pendidikan kewirausahaan, dukungan keluarga, dan motivasi prestasi secara bersamaan memiliki pengaruh terhadap minat berwirausaha di kalangan mahasiswa. Program studi Manajemen Universitas Malang. Sedangkan Berdasarkan hasil uji parsial Pendidikan kewirausahaan tidak memiliki pengaruh terhadap minat berwirausaha, sementara dukungan keluarga berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha. Di sisi lain, motivasi prestasi juga tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Malang.
14.	Aputra, A., Sukmawati, S., & Aziz, N. (2022). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Lingkungan	pengetahuan kewirausahaan (X1), lingkungan pergaulan (X2), media	Metode analisis yang digunakan yaitu metode analisis kuantitatif dan kualitatif.	Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara pengetahuan kewirausahaan, lingkungan pergaulan, dan media sosial terhadap minat

	Pergaulan, dan Media Sosial, Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa UKM Kewirausahaan Universitas Muslim Indonesia. <i>Tata Kelola</i> , 9(1), 106-125.	sosial (X3), minat berwirausaha (Y)		berwirausaha di kalangan mahasiswa.
15.	Rusydi, H., & Pamungkas, H. P. (2024). Pengaruh ekspektasi pendapatan dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha. <i>Jurnal Paradigma Ekonomika</i> , 19(3), 1-15.	ekspektasi pendapatan (X1), lingkungan keluarga (X2), minat berwirausaha (Y)	Pada penelitian ini dilakukan dengan metode penelitian asosiatif berpendekatan kuantitatif dan analisis regresi linier berganda dengan berbantuan software IBM SPSS versi 25.	Hasil penelitian menunjukkan ekspektasi pendapatan dan lingkungan keluarga secara bersamaan memengaruhi minat berwirausaha. Sedangkan secara parsial, didapatkan hasil yakni ekspektasi pendapatan berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa, sedangkan lingkungan keluarga tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha.
16.	Prasetyo, T. (2020). Analisis Pengaruh Penggunaan Media Sosial, Motivasi Intrinsik, dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. <i>Jurnal Serasi</i> , 18(1), 35-46.	media sosial (X1), motivasi intrinsik (X2), pengetahuan kewirausahaan (X3), minat berwirausaha (Y)	Metode penelitian bersifat kuantitatif dengan teknik analisis korelasi dan regresi berganda.	Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa variabel penggunaan media sosial tidak berpengaruh secara signifikan, meskipun memiliki korelasi positif terhadap minat berwirausaha. Sementara itu, variabel motivasi intrinsik dan pengetahuan kewirausahaan berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap minat berwirausaha. Secara simultan, penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial, motivasi, dan pengetahuan

				kewirausahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa.
17	Bahri, A., Al Haddar, G., Wati, I., Imran, U. D., & Diarra, S. (2023). The Effect of Entrepreneurship Learning and Motivation on Entrepreneurial Interest: The Role of Creativity as an Intervening Variable. <i>Pinisi Journal of Entrepreneurship Review</i> , 1(3), 147-158.	Entrepreneurship learning (X1), Motivation (X2), Entrepreneurial Interest (Y), Creativity (Z)	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif eksplanatori.	Pembelajaran kewirausahaan dan motivasi memiliki pengaruh signifikan terhadap minat kewirausahaan secara langsung pada mahasiswa Program Studi Kewirausahaan. Namun, pembelajaran kewirausahaan dan motivasi tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap kreativitas mahasiswa. Di sisi lain, kreativitas memiliki pengaruh signifikan terhadap minat kewirausahaan.

2.2. Kajian Teori

Teori wirausaha McClelland (1961) *“The Achieving Society”* menyoroti pentingnya kebutuhan berprestasi yang mendorong individu untuk berinovasi dan mengambil risiko. Dalam konteks penelitian tentang pengaruh lingkungan keluarga dan media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa di Malang, teori ini menunjukkan bahwa dukungan dari keluarga dan media sosial dapat meningkatkan kebutuhan berprestasi mahasiswa. Lingkungan keluarga yang positif dan interaksi di media sosial dapat merangsang kreativitas, yang berfungsi sebagai penghubung. Dengan kreativitas yang tinggi, mahasiswa cenderung lebih aktif dalam mengeksplorasi peluang wirausaha dan memulai usaha baru. Oleh karena itu, penelitian ini menegaskan bahwa keduanya berperan dalam meningkatkan minat berwirausaha melalui pengembangan kreativitas.

Menurut Tadayon Nabavi & Bijandi (2012) *“Bandura's Social Learning Theory & Social Cognitive Learning Theory”* menunjukkan bahwa individu belajar melalui pengamatan dan interaksi sosial, dengan lingkungan keluarga

sebagai model perilaku utama. Ketika anggota keluarga, seperti orang tua, menunjukkan sikap positif terhadap kewirausahaan, mahasiswa lebih termotivasi untuk mengikuti jejak tersebut. Selain itu, media sosial juga dijadikan sebagai alat serta perantara yang memungkinkan mahasiswa berinteraksi dengan pengusaha sukses dan mendapatkan informasi tentang peluang usaha. Konten inspiratif di media sosial dapat memberikan peningkatan minat mahasiswa dalam berwirausaha. Dengan demikian, lingkungan keluarga dan media sosial sama-sama berperan penting dalam membangun minat kewirausahaan mahasiswa melalui observasi dan interaksi. Berikut ini merupakan kajian teori dari masing-masing variabel pada penelitian ini sebagai berikut:

2.2.1. Lingkungan Keluarga

1. Definisi Lingkungan Keluarga

Pada studi yang dilakukan oleh Rokhim et al. (2022) lingkungan keluarga ialah lingkungan pendidikan yang paling utama dari beberapa lingkungan pendidikan lainnya. Seperti halnya pendidikan sekolah dan pendidikan yang berasal dari masyarakat yang mana lingkungan keluarga yang paling memiliki pengaruh besar dalam mendidik individu.

Menurut Mugiyatun & Khafid (2020) memiliki orang tua serta keluarga yang memiliki usaha ataupun bisnis ini memberikan inspirasi kepada anak untuk menjadi wirausahawan. Dengan perihal tersebut secara tidak langsung lingkungan keluarga merupakan suatu hal yang dapat memberikan pengaruh yang baik terhadap bisnis.

Lingkungan keluarga merujuk pada pengaruh keluarga, sahabat, dan teman bermain dalam mendorong seseorang untuk menjadi wirausaha. Keluarga menjadi lingkungan pertama interaksi seseorang dan tempat mereka paling sering ditemui, sehingga memberikan pengaruh besar pada keputusan berkarir seseorang (Kusumadewi, 2020). Menurut Rusydi & Pamungkas (2024) Lingkungan Keluarga merupakan faktor yang berasal dari lingkungan keluarga, yang dapat

mempengaruhi minat berwirausaha. Dukungan dari keluarga, apabila keluarga mendukung yang baik maka dapat meningkatkan minat berwirausaha.

Adapun dalam penelitian Siskia et al. (2024) merupakan lingkungan yang dapat memberikan bantuan yang mana bantuan tersebut akan diberikan agar mempermudah penyelesaian masalah yang mungkin akan timbul saat menjalankan usaha. Oleh karena itu dengan adanya lingkungan keluarga yang mendukung secara tidak langsung dapat mempengaruhi minat dalam berwirausaha mahasiswa

Adapun pengaruh lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha menurut perspektif islam bahwasannya lingkungan keluarga serta pendidikan yang diberikan oleh keluarga ini sangat berpengaruh. Berikut ini pengaruh lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha dalam ayat Al-Qur'an surat Taha ayat 132:

وَأْمُرْ أَهْلَكَ بِالصَّلَاةِ وَاصْطَبِرْ عَلَيْهَا لَا نَسْأَلُكَ رِزْقًا نَحْنُ نَرْزُقُكَ وَالْعَاقِبَةُ لِلتَّقْوَى (١٣٢)

Artinya:

"Dan perintahkanlah kepada keluargamu mendirikan shalat dan bersabarlah kamu dalam mengerjakannya. Kami tidak meminta rezki kepadamu, Kamilah yang memberi rezki kepadamu. dan akibat (yang baik) itu adalah bagi orang yang bertakwa." (QS. Taha: 132)

Kandungan dalam ayat tersebut menurut Imam Jalaluddin As-Suyuthi dalam *Tafsir Al-Jalalaini* bahwasannya Allah Swt. tidak membebani manusia untuk mencari rezeki, baik untuk dirinya dan keluarga. Allah Swt. menegaskan bahwa urusan rezeki adalah otoritasnya, "*Nahnu narzuquka*". Mengajak keluarga untuk shalat berjemaah adalah tugas kepala keluarga. Mengenalkan anak sejak dini pada syariat islam sangat diperlukan. Sesekali ajaklah anak ke masjid untuk shalat berjemaah atau shalat jumat. tentunya kepala keluarga harus memiliki kesabaran tinggi dalam mendidik keluarganya. Terutama dalam hal shalat. Karena sebagaimana yang tertera dalam ayat, Allah Swt. juga memerintahkan kita untuk sabar dalam menegakkan shalat bersama keluarga (Ahmad, 2024).

2. Indikator Lingkungan Keluarga

Menurut Darmianti (2021), indikator lingkungan keluarga adalah sebagai berikut:

- a. Pola asuh orang tua
- b. Dukungan emosional
- c. Kondisi ekonomi keluarga
- d. Hubungan baik antar anggota keluarga

2.2.2. Media Sosial

1. Definisi Media Sosial

Pada studi yang telah dilakukan oleh Ananda & Marno (2023) menyatakan bahwa media sosial ialah platform yang memungkinkan masyarakat agar dapat berinteraksi serta berkomunikasi dengan cara yang menarik. Dengan berbagai fitur yang disajikan, pengguna tentu saja mampu berbagi informasi, foto, dan video dengan efisien. Selain itu, media sosial juga menjadi perantara untuk membangun hubungan sosial dan komunitas di seluruh dunia.

Menurut Siagian (2024) media sosial merupakan suatu alat yang dapat membantu seseorang dalam menjalankan aktivitas usahanya, yang mana akan mereka gunakan untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Dari pengertian tersebut media sosial merupakan suatu alat yang dapat digunakan untuk media promosi serta memperluas jangkauan informasi.

Adapun menurut Fortuna & Wijaya (2022) kemajuan teknologi yang saat ini berkembang sangat pesat tentu saja dapat memudahkan individu agar dapat membuka usaha maupun bisnis melalui media sosial dengan sedikit modal serta dapat mempermudah komunikasi jarak jauh. Oleh karena itu dengan adanya kemajuan teknologi yang berkembang pesat ini, dapat dimanfaatkan sebagai media untuk berwirausaha.

Menurut Kusumadewi (2020) Media sosial berperan sebagai media untuk meningkatkan kemampuan berbisnis, dan dapat menumbuhkan keinginan untuk berwirausaha bagi mahasiswa. Adapun pengaruh media sosial terhadap minat

berwirausaha dalam prespektif islam meskipun tidak ada ayat Al-Qur'an maupun Hadist yang secara langsung membahas mengenai pengaruh media sosial terhadap minat berwirausaha. Namun terdapat ayat Al-Qur'an yang membahas mengenai ilmu pengetahuan dan informasi yang mana dapat disangkutpautkan dengan teknologi yang berkembang pesat saat ini. Ayat tersebut terdapat dalam surat Al-Mujadilah ayat 11:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا قِيلَ لَكُمْ تَفَسَّحُوا فِي الْمَجَالِسِ فَافْسَحُوا يَفْسَحِ اللَّهُ لَكُمْ وَإِذَا قِيلَ انشُرُوا فَانشُرُوا
يَرْفَعِ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ (١١)

Artinya:

“Wahai orang-orang yang beriman, apabila dikatakan kepadamu “Berilah kelapangan di dalam majelis-majelis,” lapangkanlah, niscaya Allah akan memberi kelapangan untukmu. Apabila dikatakan, “Berdirilah,” (kamu) berdirilah. Allah niscaya akan mengangkat orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu beberapa derajat. Allah Mahateliti terhadap apa yang kamu kerjakan.” (QS. Al-Mujadilah:11)

Kandungan dalam ayat tersebut menurut Prof. Quraish Syihab dalam *Tafsir Al-Misbah* pada website (NUOnline.or.id.) bahwasannya ayat di atas turun pada hari Jumat. Suatu hari Jumat, ketika Nabi Muhammad sedang bermajlis di tempat yang sempit, beliau memberikan tempat khusus kepada para sahabat yang berjasa dalam perang Badar. Saat itu, beberapa sahabat tersebut datang dan memberi salam. Nabi pun membalas salam mereka dan para hadirin lainnya.

Namun, tidak ada yang memberi mereka tempat duduk. Para sahabat itu tetap berdiri, sehingga Nabi meminta sahabat lain yang tidak ikut perang Badar untuk pindah agar mereka bisa duduk lebih dekat. Perintah ini membuat sebagian orang yang disuruh pindah merasa tidak enak. Kaum munafik memanfaatkan situasi ini dengan menyebarkan fitnah bahwa Nabi tidak adil.

Mendengar hal itu, Nabi bersabda: "Semoga Allah merahmati orang yang memberi kelapangan bagi saudaranya". Para sahabat beriman mengikuti petunjuk Nabi, dan peristiwa ini diabadikan dalam Al-Quran sebagai penegasan atas

perintah dan sabda Nabi tersebut. Sikap yang dilakukan Rasulullah terhadap sahabat-sahabatnya yang memiliki jasa besar itu, dikenal juga dalam pergaulan internasional dewasa ini. Kita mengenal ada yang dinamai peraturan protokoler, di mana penyandang kedudukan terhormat memiliki tempat-tempat terhormat di samping kepala negara, karena memang seperti penegasan Al-Qur'an dalam surat Al-Hadid ayat 10:

لَا يَسْتَوِي مِنْكُمْ مَنْ أَنْفَقَ مِنْ قَبْلِ الْفَتْحِ وَقَاتَلٌ أُولَئِكَ أَعْظَمُ دَرَجَةً مِنَ الَّذِينَ أَنْفَقُوا مِنْ بَعْدِ وَقَاتَلُوا
وَكُلًّا وَعَدَ اللَّهُ الْحُسْنَىٰ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ (١٠)

Artinya:

“Tidak sama orang yang menginfakkan (hartanya di jalan Allah) di antara kamu dan berperang sebelum penaklukan (Makkah). Mereka lebih tinggi derajatnya daripada orang-orang yang menginfakkan (hartanya) dan berperang setelah itu. Allah menjanjikan (balasan) yang baik kepada mereka masing-masing. Allah Maha Teliti terhadap apa yang kamu kerjakan.” (QS. Al-Hadid: 10).

Meskipun ayat tersebut tidak secara langsung menyatakan bahwa Allah akan meninggikan derajat orang berilmu, ayat tersebut menegaskan bahwa mereka memiliki derajat yang lebih tinggi daripada orang yang hanya beriman saja. Hal ini karena pengetahuan yang mereka miliki memainkan peran penting dalam mencapai ketinggian derajat tersebut, bukan hanya faktor lain di luar pengetahuan.

Ayat yang menyatakan "وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ" menunjukkan bahwa mereka yang diberi pengetahuan adalah mereka yang beriman dan memperkaya diri dengan pengetahuan. Ini berarti bahwa ayat tersebut membagi kaum beriman menjadi dua kelompok: Pertama, kelompok pertama hanya beriman dan beramal saleh. Kedua, kelompok beriman, beramal saleh, dan memiliki pengetahuan.

Sejatinya, derajat kelompok kedua lebih tinggi bukan hanya karena nilai ilmu yang mereka miliki, tetapi juga karena amal mereka dan penyebaran ilmu

tersebut kepada orang lain, baik melalui ucapan, tulisan, maupun contoh yang mereka berikan. Ilmu yang dimaksud oleh ayat di atas bukan saja ilmu agama, tetapi ilmu apapun yang bermanfaat. Dalam Surat Fathir [35] ayat 27-28 Allah menguraikan sekian banyak makhluk Ilahi, dan fenomena alam, lalu ayat tersebut ditutup dengan menyatakan bahwa: “Yang takut dan kagum kepada Allah dari hamba-hamba-Nya hanyalah ulama”.

Ini menunjukkan bahwa ilmu dalam pandangan Al-Qur’an bukan hanya ilmu agama. Di sisi lain itu juga menunjukkan bahwa ilmu haruslah menghasilkan khasyiah yakni rasa takut dan kagum kepada Allah, yang pada gilirannya mendorong yang berilmu untuk mengamalkan ilmunya serta memanfaatkannya untuk kepentingan makhluk. [Profesor Quraish Shihab, Tafsir Al-Misbah, [Ciputat: Lentera Hati, 2002], Jilid XIV, halaman 78-79] (Lubis, 2024).

2. Indikator Media Sosial

Menurut Sahban (2024), indikator media sosial sebagai berikut:

- a. Frekuensi penggunaan media sosial
- b. Kualitas konten yang diakses
- c. Pemasaran dan promosi
- d. Interaksi dalam komunitas kewirausahaan

2.2.3. Minat Berwirausaha

1. Definisi Minat Berwirausaha

Minat berwirausaha merupakan suatu keinginan, ketertarikan, serta kesediaan untuk bekerja keras atau kemauan yang kuat agar dapat melakukan yang terbaik dengan menggunakan segala potensi yang dimiliki dibidang bisnis tersebut (Tingginehe & Sulandjari, 2024). Secara umum minat berwirausaha dapat diartikan kecenderungan keinginan hati seseorang yang diikuti dengan keberanian dalam mengambil risiko agar dapat membuka usaha yang baru dengan memanfaatkan peluang yang ada pada saat itu.

Menurut Fortuna & Wijaya (2022) menjadi seorang wirausaha pastinya diawali dengan sebuah minat yang tumbuh, dengan adanya minat tersebut, maka keinginan agar dapat mencapai sesuatu berpeluang sangat tinggi. Dari sini dapat diketahui semakin memiliki minat untuk berwirausaha maka semakin tinggi pula pencapaian yang akan diperoleh.

Menurut Sumerta et al., (2020) Minat Berwirausaha merupakan keinginan atau ketertarikan mahasiswa untuk terlibat dalam kegiatan wirausaha. Jadi dapat disimpulkan bahwa minat berwirausaha ini adalah ketertarikan serta keinginan mahasiswa untuk mengelola serta mendirikan bisnisnya.

Adapun minat berwirausaha menurut perspektif Islam yang mana dalam Al-Qur'an dijelaskan bahwa setiap individu akan mendapatkan hasil yang sesuai dengan usaha yang dilakukan. Berikut ini ayat Al-Qur'an yang menjelaskan mengenai minat berwirausaha dalam perspektif Islam. Ayat tersebut terdapat dalam surat An-Najm ayat 39:

وَأَنْ لَّيْسَ لِلْإِنْسَانِ إِلَّا مَا سَعَىٰ (٣٩)

Artinya:

“Bahwa manusia hanya memperoleh apa yang telah diusahakannya.” (QS. An-Najm: 39)

Kandungan ayat tersebut menurut Imam Jalaluddin Al-Mahalli dan Imam Jalaluddin As-Suyuti dalam *Tafsir Al-Jalalaini* bahwasannya beliau-beliau berpendapat bahwasanya perkara yang sesungguhnya dalam surah al-najm ayat 39 ialah seorang manusia tidak memperoleh selain apa yang telah diusahakannya. Artinya seseorang tersebut akan memperoleh kebaikan dari usaha yang baik dilakukan oleh dirinya sendiri dan tidak akan memperoleh kebaikan sedikit pun dari apa yang diusahakan oleh orang lain (Ar-Rosyid, 2023).

2. Indikator Minat Berwirausaha

Menurut penelitian Putri et al. (2024), berikut ini merupakan indikator minat berwirausaha antara lain:

- a. Pengetahuan Kewirausahaan
- b. Motivasi untuk berwirausaha
- c. Keberanian dalam mengambil risiko
- d. Keinginan berwirausaha
- e. Kepercayaan diri
- f. Perasaan senang dalam berwirausaha

2.2.4. Kreativitas

1. Definisi Kreativitas

Berdasarkan studi yang telah dilakukan oleh Aisyah (2021) yang menyatakan bahwa kreativitas ialah wujud dari kesatuan yang mana terdiri atas 3 unsur utama yang ada pada diri manusia, antara lain pikiran, perasaan, dan keterampilan. Pikiran mencakup berbagai elemen seperti fantasi, rekognisi, dan logika yang saling berinteraksi untuk menghasilkan ide-ide baru. Sementara itu, perasaan meliputi aspek afeksi, artistik, dan penyerasian yang memberikan dimensi emosional dalam prosen kreatif. Keterampilan di sisi lain mencakup talenta, kerja tubuh dan pengalaman yang memungkinkan individu untuk mewujudkan ide-ide tersebut dalam bentuk nyata.

Menurut Salma & Hasaniyah (2024) Ekspresi diri melalui seni merupakan bentuk kreativitas yang memungkinkan remaja untuk mengekspresikan emosi, mengatasi tekanan sosial, dan menemukan identitas diri melalui berbagai medium seperti melukis, musik, dan teater. Selain itu, kreativitas melalui seni berfungsi sebagai alat yang efektif untuk meningkatkan kesejahteraan mental remaja, yang mencakup peningkatan rasa percaya diri, pengurangan stres, dan penguatan hubungan sosial. Proses ini memberikan sarana bagi remaja untuk mengekspresikan emosi mereka secara konstruktif, membantu mengurangi

perasaan cemas dan stres. Melalui aktivitas kreatif, remaja juga dapat mengembangkan kemampuan mereka dan meningkatkan kepuasan diri, menjadikan kreativitas sebagai elemen penting dalam perkembangan mereka.

Kreativitas dalam berwirausaha diartikan sebagai sebuah kemampuan individu agar dapat menghasilkan ide-ide yang terbaru dan menciptakan solusi inovatif agar dapat dimanfaatkan dalam hal menciptakan peluang bisnis yang ada, serta memiliki kemampuan membedakan produk mereka dengan produk yang sudah ada di pasar (Anjarwati & Kamalia, 2024). Menurut Bahri et al. (2023) kreativitas merupakan kemampuan seseorang untuk melahirkan gagasan atau ide baru yang bermanfaat.

Menurut Fortuna & Wijaya (2022) kreativitas yang dirasakan diri sendiri memiliki arti bahwa individu tersebut mampu dan terampil saat mengembangkan ide-ide terbaru dan berharga. Dari sinilah seorang wirausahawan harus kreatif agar dapat menciptakan hal-hal baru dan menarik sehingga produk yang dihasilkan memiliki kesan yang baik.

Adapun kreativitas dalam prespektif islam yang mana dalam Al-Qur'an ayat tersebut mendorong umat islam untuk mempersiapkan kekuatan sumber daya yang ada, termasuk inovasi dalam strategi dan alat yang digunakan. Yang mana dalam konteks kewirausahaan, hal ini dapat diartikan sebagai suatu dorongan untuk menggunakan kreativitas dalam merancang sebuah produk, layanan serta merancang strategi pemasaran yang efektif. Berikut ini ayat Al-Qur'an yang menjelaskan hal tersebut terdapat dalam surat Yasin ayat 41-42:

وَآيَةٌ لَهُمْ أَنَّا حَمَلْنَا ذُرِّيَّتَهُمْ فِي الْفُلِكِ الْمَشْحُونِ (٤١) ۚ وَخَلَقْنَا لَهُمْ مِنْ مِثْلِهِ مَا يَرْكَبُونَ (٤٢)

Artinya:

“Suatu tanda (kebesaran Allah) bagi mereka adalah bahwa Kami mengangkat keturunan mereka dalam kapal yang penuh muatan. (Begitu juga) Kami menciptakan untuk mereka dari jenis itu angkutan (lain) yang mereka kendarai”. (QS. Yasin: 41-42)

Kandungan ayat tersebut menurut Prof. Quraish Syihab dalam *Tafsir Al-Misbah* bahwasannya andai leluhur mereka pada waktu tragedi banjir bandang itu tidak diselamatkan, mustahil mereka (musyrik Mekkah) ada. Anak dan cucu yang sangat mereka cintai juga tidak akan pernah ada. Namun karena kasih sayang Allah Swt akhirnya leluhur mereka terselamatkan dalam kapal Nabi Nuh As.

Ahmad bin Muhammad al-Shawi dalam *Hasyiah al-Shawi 'ala Tafsir al-Jalalain* memberikan tambahan informasi mengenai kapal Nabi Nuh As. Kapal ini memiliki tiga tingkat. Pada tingkatan pertama ditempati oleh hewan-hewan buas dan hewan-hewan yang berbisa. Pada tingkatan ke dua ditempati oleh hewan-hewan ternak. Sedangkan pada tingkat ketiga ditempati oleh manusia dan burung-burung (Maqdis, 2021).

2. Indikator Kreativitas

Menurut Kuckertz et al. (2020) berikut ini adalah indikator kreativitas antara lain:

- a. Inovasi produk
- b. Kemampuan menciptakan layanan
- c. Kemampuan beradaptasi dengan ide baru
- d. Kemampuan mengatasi tantangan

2.3 Hubungan Antar Variabel

2.3.1. Lingkungan Keluarga dengan Minat berwirausaha

Dalam penelitian Lombo (2023) terdapat pengaruh positif dan signifikan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha. Artinya, komponen pada lingkungan keluarga seperti pengetahuan kewirausahaan, motivasi untuk berwirausaha, keberanian dalam mengambil risiko, keinginan berwirausaha, kepercayaan diri, dan perasaan senang dalam berwirausaha mempengaruhi minat berwirausaha. Selanjutnya, dalam penelitian Kusumadewi (2020) lingkungan keluarga berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha, artinya lingkungan keluarga berpengaruh terhadap minat berwirausaha.

2.3.2. Media Sosial dengan Minat Berwirausaha

Dalam penelitian Kusumadewi (2020) Media Sosial berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha. Artinya, komponen pada media sosial seperti pengetahuan kewirausahaan, motivasi untuk berwirausaha, keberanian dalam mengambil risiko, keinginan berwirausaha, kepercayaan diri, dan perasaan senang dalam berwirausaha mempengaruhi minat berwirausaha. Selanjutnya, dalam penelitian Sumerta et al. (2020) Media Sosial berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Minat Berwirausaha, artinya media sosial berpengaruh terhadap minat berwirausaha.

2.3.3 Peran Kreativitas sebagai Variabel yang Mengintervening Pengaruh Lingkungan Keluarga terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Muslim

Dalam penelitian mengenai pengaruh lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha mahasiswa di Kota Malang dengan kreativitas sebagai variabel intervening, disini kreativitas berperan sebagai variabel intervening yang mana dengan meningkatkan kreativitas, mahasiswa mampu mendapatkan peluang dan mengembangkan ide-ide yang inovatif, yang mana hal ini mampu meningkatkan minat berwirausaha pada mahasiswa (Pasaribu & Lubis, 2024). Dalam penelitian Kuckertz et al. (2020) menunjukkan bahwa pada saat situasi krisis, seperti halnya saat pandemi COVID-19, mencerminkan seberapa pentingnya kreativitas pada saat menghadapi tantangan tersebut. Oleh karena itu, dalam penelitian ini, kreativitas tidak hanya berperan sebagai hasil dari pengaruh lingkungan keluarga dan media sosial, namun bisa juga menjadi jembatan dan menjadi pondasi yang memperkuat hubungan antara lingkungan keluarga dan media sosial terhadap minat berwirausaha (Bahri et al., 2023).

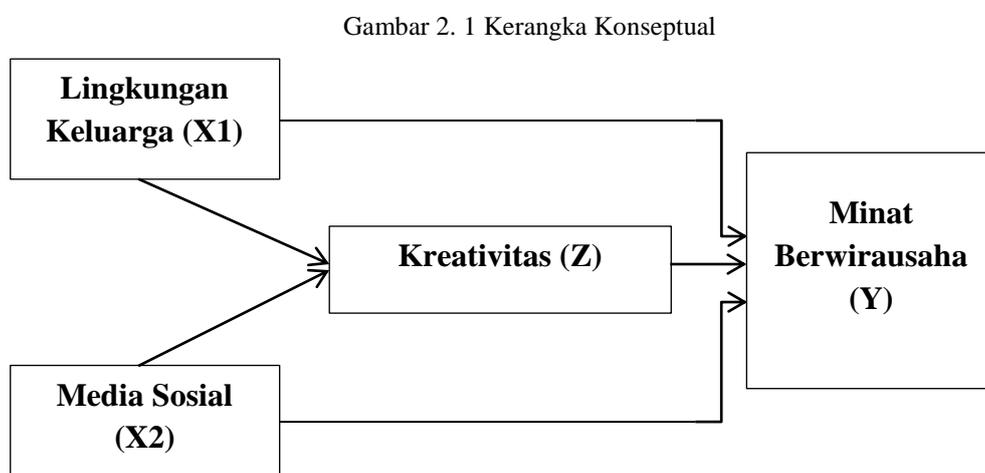
2.3.4 Peran Kreativitas sebagai Variabel yang Mengintervening Pengaruh Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Muslim

Dalam penelitian Pasaribu & Lubis (2024) yang mana menyatakan bahwa dengan adanya kreativitas, mahasiswa mampu mendapatkan peluang dan mengembangkan ide-ide yang inovatif, yang mana hal ini mampu meningkatkan

minat berwirausaha pada mahasiswa. Selanjutnya, menurut Kuckertz et al. (2020) kreativitas sendiri sangat menguntungkan pada saat menghadapi tantangan saat terjadinya pandemi COVID-19. Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Bahri et al. (2023) menunjukkan bahwa kreativitas mampu menjembatani pengaruh media sosial terhadap minat berwirausaha.

2.4 Kerangka Konseptual

Berdasarkan pada tinjauan pustaka diatas, maka didapatkan suatu kerangka konseptuan pada gambar berikut:



Sumber : Diolah peneliti

2.5. Hipotesis

H1: Lingkungan Keluarga Berpengaruh Positif terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Muslim di Kota Malang

H2: Media Sosial Berpengaruh Positif terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Muslim di Kota Malang

H3: Kreativitas mengintervening pengaruh Lingkungan Keluarga terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Muslim di Kota Malang

H4: Kreativitas mengintervening pengaruh Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Muslim di Kota Malang

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ialah suatu kegiatan yang mana dalam kegiatan tersebut terdapat upaya individu agar dapat melakukan kebenaran secara ilmiah terhadap suatu objek yang menggunakan metode ilmiah itu pula, yang mana objek penelitian tersebut menyangkut berbagai bidang seperti halnya bidang pendidikan, sosial, kesehatan, ekonomi, politik, humaniora, budaya, dan lain-lain (Hasan et al., 2023). Menurut Balaka (2022) penelitian menggunakan metode kuantitatif ialah penelitian yang menerapkan prinsip-prinsip ilmiah yang bersifat empiris, objektif, terukur, rasional, dan sistematis. Tujuan dari penelitian yang menggunakan metode kuantitatif ialah agar dapat mengembangkan serta menerapkan model-model matematis, teori-teori, dan hipotesis yang berkaitan dengan fenomena yang dikaji. Sama halnya dengan penelitian ini juga bertujuan agar dapat menganalisis dan mengukur pengaruh antar variabel, yaitu pengaruh lingkungan keluarga dan media sosial terhadap minat berwirausaha melalui kreativitas sebagai variabel intervening. Jenis pendekatan yang akan digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif kuantitatif. Dikarenakan menurut penulis pendekatan ini sangat cocok digunakan untuk menggambarkan karakteristik mahasiswa muslim di Kota Malang berkaitan dengan inti dari penelitian ini.

3.2. Lokasi Penelitian

Tempat penelitian yang ditentukan oleh peneliti dalam studi ini ialah Kota Malang, yang mana menurut Gustina (2021) karakteristik mahasiswa di Malang yang beragam dan kreatif memberikan potensi besar untuk mengkaji bagaimana faktor-faktor eksternal, seperti lingkungan keluarga dan pemanfaatan media sosial, dapat mempengaruhi ketertarikan mereka dalam berwirausaha.

3.3. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2017) populasi ialah area generalisasi yang mencakup obek dari subek dengan karakteristik dan kualitas tertentu, yang telah ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan diambil kesimpulan. Populasi yang akan digunakan oleh peneliti saat ini adalah mahasiswa muslim di kota Malang. Fitriana & Kurniasih (2021) berpendapat bahwa mahasiswa merupakan peserta didik yang resmi sudah terdaftar di institusi pendidikan tinggi atau universitas dan mengikuti proses pembelajaran agar dapat mencapai tujuan pendidikan nasional. Dengan ini mahasiswa memiliki peluang besar agar dapat diberdayakan untuk menciptakan usaha sendiri, yang tidak hanya berpotensi membuka lapangan kerja bagi diri mereka sendiri serta bagi orang lain (Rizkiawan & Utomo, 2024).

2. Sampel

Sampel ialah sebuah segmen dari populasi yang memiliki karakteristik dan umlah tertentu (Sugiyono, 2017). Sampel ini biasanya digunakan oleh peneliti jika populasi terlalu besar, sehingga menyebabpak peneliti kemungkinan besar mengalami keterbatasan dan tidak dapat mempelaari segala sesuatu yang terdapat dalam populasi tersebut. Dalam studi ini populasi yang digunakan oleh peneliti adalah Mahasiswa Muslim di Kota Malang. Peneliti dalam menentukan jumlah sampel pada penelitian ini memanfaatkan teori Malhotra. Jumlah sampel pada studi ini memanfaatkan teori Malhotra (2009) yang mana besarnya jumlah sampel ditentukan dengan cara mengalikan jumlah item dengan 5, atau $5 \times$ jumlah item. Indikator dalam studi ini terdiri dari 2 variabel bebas, 1 variabel terkait, dan 1 variabel intervening. Jumlah keseluruhan item pertanyaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah 32 pertanyaan, sehingga minimal ukuran sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah $32 \times 5 = 160$. Oleh karena itu jumlah sampel yang akan diambil oleh peneliti dalam studi ini adalah 160 responden.

3.4. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang dipakai oleh peneliti dalam studi ini menggunakan teknik *non-probability sampling*. Dalam pandangan Sugiyono (2017) teknik pengambilan sampel *non-probability sampling* ialah metode perolehan sampel di mana setiap dari komponen populasi atau elemen tidak mempunyai kesempatan kembali agar dapat terpilih sebagai sampel dalam suatu studi. Hal ini disebabkan oleh ukuran populasi yang sangat luas, sehingga tidak memungkinkan bagi peneliti untuk mengkaji populasi secara keseluruhan. Keterbatasan sumber daya tersebut berupa dana, tenaga, dan waktu yang menjadi penyebab peneliti menggunakan sampel yang peneliti pilih secara selektif dari populasi tersebut. Dalam teknik pengambilan sampel ini, peneliti menerapkan metode *purposive sampling*. Yaitu melakukan perolehan sampel yang dilakukan dengan memperhatikan karakter yang spesifik serta dimiliki oleh populasi atau objek penelitian tersebut. Sehingga dapat dihasilkan kriteria yang cocok untuk sampel pada studi ini sebagai berikut:

1. Mahasiswa Muslim Universitas, Institut, dan Sekolah Tinggi di Kota Malang
2. Memiliki minat dalam berwirausaha

3.5. Data dan Jenis Data

1. Data Primer

Data primer adalah sebuah kategori data yang biasanya dikumpulkan secara langsung tanpa perantara dari sumber aslinya (Balaka, 2022). Dalam penelitian ini menggunakan data primer yaitu datang yang dihasilkan dari hasil survei kuisisioner yang telah di isi oleh responden.

2. Data Sekunder

Data sekunder ialah sumber data yang tidak menyampaikan akses informasi secara langsung kepada peneliti, yang mana peneliti harus melalui perantara orang lain atau menggunakan perantara dokumen (Sugiyono, 2017).

Data sekunder yang di gunakan dalam penelitian ini berasal dari buku, kajian literatur, jurnal, internet, dan lain sebagainya.

3.6. Teknik Pengambilan Data

Menurut Sugiyono (2017) pengumpulan data ialah suatu metode yang dapat dipakai oleh peneliti agar dapat memperoleh informasi yang dibutuhkan. Berbagai cara dapat dilakukan untuk pengumpulan data ini seperti, pemanfaatan penggunaan kuisisioner, wawancara, observasi, ataupun dengan mengkombinasikan ketiga metode tersebut,. Dalam studi ini, teknik pengumpulan data yang diterapkan oleh peneliti ialah dengan menyebarkan kuisisioner yang mana kuisisioner tersebut akan di isi oleh responden.

3.7. Definisi Operasional

Definisi operasional menurut Sugiyono (2017) ialah sebuah unsur, karakteristik dan nilai yang ada pada objek ataupun kegiatan yang mempunyai variabel tertentu yang kemudian ditentukan oleh peneliti untuk dianalisis dan diambil kesimpulannya. Pada studi ini terdapat 3 variabel yaitu variabel independen, variabel dependen, dan variabel intervening. Variabel independen menurut Sugiyono (2017) ialah variabel yang berkontribusi pada munculnya sebab dalam suatu perubahan. Yang termasuk variabel independen dalam penelitian ini adalah Lingkungan Keluarga (X1) dan Media Sosial (X2). Variabel dependen menurut Sugiyono (2017) ialah output dari variabel dependen, variabel dependen dalam penelitian ini ialah Minat Berwirausaha (Y). Sedangkan variabel intervening menurut Sugiyono (2017) ialah variabel teoritis yang mempengaruhi keterkaitan antara variabel independen dan variabel dependen sehingga menghasilkan hubungan yang tidak langsung dan sulit diukur. Variabel intervening dalam studi ini adalah Kreativitas (Z).

Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator	Item
1	Lingkungan Keluarga Menurut Siskia et al. (2024)	Lingkungan keluarga merupakan lingkungan yang dapat memberikan bantuan yang mana bantuan tersebut akan diberikan agar mempermudah penyelesaian masalah yang mungkin akan timbul saat menjalankan usaha.	Pola asuh orang tua	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya memiliki orang tua yang mendorong saya untuk berwirausaha 2. Saya memiliki orang tua yang merupakan wirausahawan
			Dukungan emosional	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya memiliki keluarga yang sering memberikan semangat dan motivasi untuk mengembangkan ide dalam berirausaha 2. Saya memiliki keluarga yang slalu mendengarkan keluh kesah saya terkait berwirausaha
			Kondisi ekonomi keluarga	<ol style="list-style-type: none"> 1. Besar kondisi penghasilan orang tua dalam satu bulan (< Rp. 2.000.000, Rp. 2.000.000-Rp. 5.000.000, Rp. 5.000.000-Rp. 10.000.000, Rp. 10.000.000-Rp. 20.000.000, > Rp. 20.000.000 2. Saya memiliki keluarga yang mana kondisi ekonominya memberikan saya motivasi berwirausaha

			Hubungan baik antar anggota keluarga	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya memiliki hubungan yang baik antar anggota keluarga 2. Saya sering mendiskusikan ide bisnis saya dengan anggota keluarga
2	Media Sosial (X2) Menurut Siagian (2024)	Media sosial merupakan suatu alat yang dapat membantu seseorang dalam menjalankan aktivitas usahanya, yang mana akan mereka gunakan untuk menjangkau pasar yang lebih luas.	Frekuensi penggunaan media sosial	<ol style="list-style-type: none"> 1. Seberapa sering saya menggunakan media sosial tersebut (1-2 jam per hari, 2-3 jam per hari, 3-4 jam per hari, 4-5 jam per hari, >6 jam per hari)
			Kualitas konten yang diakses	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya mengetahui baik dan buruknya kualitas konten di sosial media 1. Saya terinspirasi dengan konten di media sosial untuk bisnis saya
			Pemasaran dan Promosi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya bisa menggunakan media sosial sebagai alat untuk memasarkan dan mempromosikan produk saya 2. Saya mengetahui seberapa efektif strategi pemasaran dan promosi yang saya lakukan di media sosial
			Interaksi dalam komunitas kewirausahaan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya mengikuti komunitas kewirausahaan yang ada di media sosial 2. Saya sering berinteraksi dengan komunitas

				kewirausahaan tersebut
			Pengetahuan kewirausahaan	2. Saya memiliki pengetahuan mengenai kewirausahaan
3	Minat Berwirausaha (Y) Menurut Tingginehe & Sulandjari (2024)	Minat berwirausaha merupakan suatu keinginan, ketertarikan, serta kesediaan untuk bekerja keras atau kemauan yang kuat agar dapat melakukan yang terbaik dengan menggunakan segala potensi yang dimiliki dibidang bisnis tersebut	Motivasi untuk berwirausaha	1. Saya memiliki motivasi untuk berwirausaha 1.
			Keberanian dalam mengambil risiko	1. Saya memiliki keberanian mengambil risiko dalam berwirausaha
			Keinginan berwirausaha	1. Saya memiliki keinginan untuk memulai dan mengembangkan usaha sendiri Saya beranggapan bahwa menjadi wirausaha itu penting dalam rencana karir masa depan
			Kepercayaan diri	1. Saya memiliki keyakinan mengenai kemampuan untuk mengelola dan mengembangkan usaha saya 2. Saya memiliki kepercayaan diri dalam menghadapi tantangan dalam berwirausaha
			Perasaan senang dalam berwirausaha	1. Saya merasa senang ketika berhasil mencapai target bisnis saya 2. Saya puas dengan proses dalam

				berwirausaha sendiri
			Inovasi Produk	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya suka menciptakan ide-ide baru dalam berwirausaha 2. Saya merasa bahwa inovasi produk itu penting dalam bisnis saya
4	Kreativitas (Z) Menurut Fadhilah et al. (2024)	Kreativitas dalam berwirausaha diartikan sebagai sebuah kemampuan individu agar dapat menghasilkan ide-ide yang terbaru dan menciptakan solusi inovatif agar dapat dimanfaatkan dalam hal menciptakan peluang bisnis yang ada, serta memiliki kemampuan membedakan produk mereka dengan produk yang sudah ada di pasar	Kemampuan menciptakan layanan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya memiliki kemampuan menciptakan layanan yang baik dalam usaha saya 2. Saya sering memperbarui layanan agar dapat meningkatkan kualitas bisnis saya
			Kemampuan beradaptasi dengan ide baru	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya mudah menerima dan mengimplementasikan ide-ide baru dalam bisnis saya 2. Saya sering memanfaatkan peluang baru untuk mengembangkan bisnis
			Kemampuan mengatasi tantangan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya percaya bahwa saya mampu untuk menyelesaikan masalah bisnis saya 2. Saya memiliki kemampuan untuk meminimalisir adanya tantangan dalam bisnis saya di masa depan

3.8. Skala Pengukuran

Skala pengukuran menurut Sugiyono (2017) ialah kesepakatan yang dijadikan referensi untuk menentukan panjang dan pendeknya interval pada lat ukur, sehingga menghasilkan data kuantitatif dalam pengukuran. Dalam studi ini, peneliti menerapkan skala likert sebagai alat ukur. Skala likert ini menurut Sugiyono (2017) digunakan agar dapat memberikan penilaian terhadap sikap, pandangan, dan persepsi responden terkait tentang fenomena yang ditelaah. Skala likert terdiri dari sejumlah pertanyaan yang mana pertanyaan tersebut harus di isi oleh responden sesuai dengan tingkat penilaian yang di berikan. Responden diharuskan agar dapat menentukan jawaban setuju maupun tidak setuju pda setiap pertanyaan tentang fenomena yang dikaji. Dalam studi ini mempunyai kategori dalam penilaian pengaruh lingkungan keluarga dan media sosial terhadap minat berwirausaha dengan kreativitas sebagai variabel intervening sebagai berikut :

Tabel 3. 2 Skala Likert

Jawaban	Kode	Bobot Skor
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Ragu-Ragu	RG	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber: Sugiyono (2017)

3.9 Analisis Data

Metode analisis deskriptif kuantitatif menurut Susanto et al. (2024) ialah metode yang dapat digunakan agar dapat menggambarkan serta menganalisis data yang berbentuk numerik dengan tujuan agar dapat meningkatkan pemahaman

mengenai karakteristik suatu populasi atau fenomena yang diteliti. Dalam studi ini menggunakan analisis data SEM dengan memanfaatkan aplikasi Smart PLS 3.

3.10 Tahap Analisis Data

Pada tahap ini, peneliti melakukan analisis data secara deskriptif kuantitatif. Yang mana data tersebut dihasilkan dari hasil penyebaran angket. Peneliti menggunakan metode likert dalam melakukan analisis deskriptif kuantitatif. Kemudian data yang telah didapatkan dari responden akan disajikan dalam bentuk presentase yang disusun dalam bentuk tabel serta disajikan beserta jawaban-jawaban responden mengenai pernyataan yang telah dirangkai oleh peneliti, data yang didapatkan dari penyebaran angket oleh peneliti ini kemudian diolah serta dianalisis, dengan harapan peneliti memperoleh hasil mengenai pengaruh lingkungan keluarga dan media sosial terhadap minat berwirausaha dengan kreativitas sebagai variabel intervening. Selanjutnya, analisis kuantitatif yang digunakan peneliti untuk melakukan uji terhadap pengaruh tersebut menggunakan analisis SEM.

3.10.1. Uji Model Pengukuran (*Outer Model*)

Menurut Musyaffi et al. (2022) pada model ini dapat dijelaskan secara spesifik mengenai kausalitas ataupun hubungan antar variabel dengan indikator variabel yang ada. Berikut ini merupakan uji yang termasuk dalam uji model pengukuran (*Outer Model*) antara lain:

1. Uji Validitas

Terdapat 2 kriteria dalam uji validitas ini antara lain:

a. *Convergent Validity*

Nilai *Convergent Validity* ialah angka yang menunjukkan nilai validitas sebagai indikator pengukuran. Nilai ini dapat dilihat melalui *Loading Factor* yang terdapat pada variabel independen dan dependen. Nilai dianggap baik untuk nilai *Convergent Validity* yaitu $>0,7$ pada penelitian yang sudah banyak diteliti sebelumnya. Namun jika penelitian tersebut merupakan

model yang baru ditingkatkan, maka nilai yang ditoleransi adalah 0,5 (Musyaffi et al., 2022).

b. Discriminant validity

Nilai *Discriminant validity* adalah nilai *Cross Loading FACTOR* yang memiliki tujuan agar dapat mengetahui mengenai diskriminan yang ada dalam suatu variabel penelitian dengan cara melakukan komparasi yang menghasilkan nilai yang lebih tinggi antara loading variabel yang dituju dengan loading variabel yang lain (Musyaffi et al., 2022).

2. Uji Reliabilitas

Uji realibilitas ini diukur menggunakan *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*. Nilai *Cronbach's Alpha* yang baik adalah $>0,6$, sedangkan *Composite Reliability* dianggap baik pula jika nilai tersebut lebih dari $>0,6$ (Musyaffi et al., 2022).

3.10.2. Uji Model Struktural (*Inner model*)

Menurut Musyaffi et al. (2022) uji model struktural (*inner model*) memiliki tujuan untuk mengidentifikasi serta mengetahui keterkaitan antara setiap variabel dalam suatu studi. Berikut ini merupakan uji yang termasuk dalam uji model struktural antara lain:

1. R^2 (*R-Squared*)

Nilai *R Square* adalah koefisien determinasi yang ada pada suatu varabel dependen. Nilai ini menunjukkan mengenai jenis dari variabel independen terhadap variabel dependennya. Penjelasan variasi tersebut dibagi dalam beberapa kategori antara lain R suare sebesar $>75\%$ artinya menunjukkan hubungan yang kuat, $26\%-74\%$ artinya menunjukkan hubungan moderat, dan 25% yang menunjukkan hubungan yang lemah (Musyaffi et al., 2022).

2. *Predictive Relevance*(Q^2)

Q Square (Q^2) ini bertujuan agar dapat mengetahui kemampuan pada suatu prediksi yang dilakukan melalui prosedur *blindfolding*. Jika nilai Q square

dibawah 0 maka variabel independen tersebut memiliki nilai baik sebagai variabel yang mampu memberikan penjelasan terhadap prediksi variabel yang ada. Berikut ini kategori dalam nilai *Q square* antara lain nilai *Q Square* (Q^2) <0 maka variabel dan data belum mampu memberikan prediksi pada model secara baik dan nilai *Q Square* (Q^2) >0 maka variabel dan data bisa memprediksikan model dengan baik (Musyaffi et al., 2022).

3. Uji *Path Coefficient* (Analisis Jalur)

Uji *Path Coefficient* (analisis jalur) merupakan suatu nilai yang menunjukkan besaran pengaruh keterkaitan antar variabel dalam suatu studi. Uji ini dilakukan dengan menggunakan prosedur yang tertera pada *bootsrapping* (Musyaffi et al., 2022).

3.10.3. Uji Variabel Intervening

Uji variabel intervening merupakan suatu analisis yang digunakan untuk memahami apakah relasi antar variabel bebas dan variabel terikat dipengaruhi oleh variabel intervening (Musyaffi et al., 2022).

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian

4.1.1 Deskripsi Umum Objek Penelitian

Studi ini berfokus pada faktor lingkungan keluarga dan media sosial. Yang mana faktor ini dapat mempengaruhi minat berwirausaha pada mahasiswa muslim di kota Malang. Tak hanya itu, kreativitas dalam penelitian ini akan menjadi variabel intervening yang mana akan menjadi variabel penengah antara pengaruh lingkungan keluarga dengan minat berwirausaha serta media sosial dengan minat berwirausaha. Dalam studi ini, peneliti mendapatkan informasi dari responden yang kurang lebih sampel responden yang dibutuhkan sebesar 160 dengan sampel saat ini yang sudah terkumpul sebanyak 221 responden yang mana menggunakan kuisioner yang kemudian hasilnya akan diolah menggunakan aplikasi Smart PLS 3 dengan menenarapkan analisa deskriptif kuantitatif sebagaimana dibawah ini:

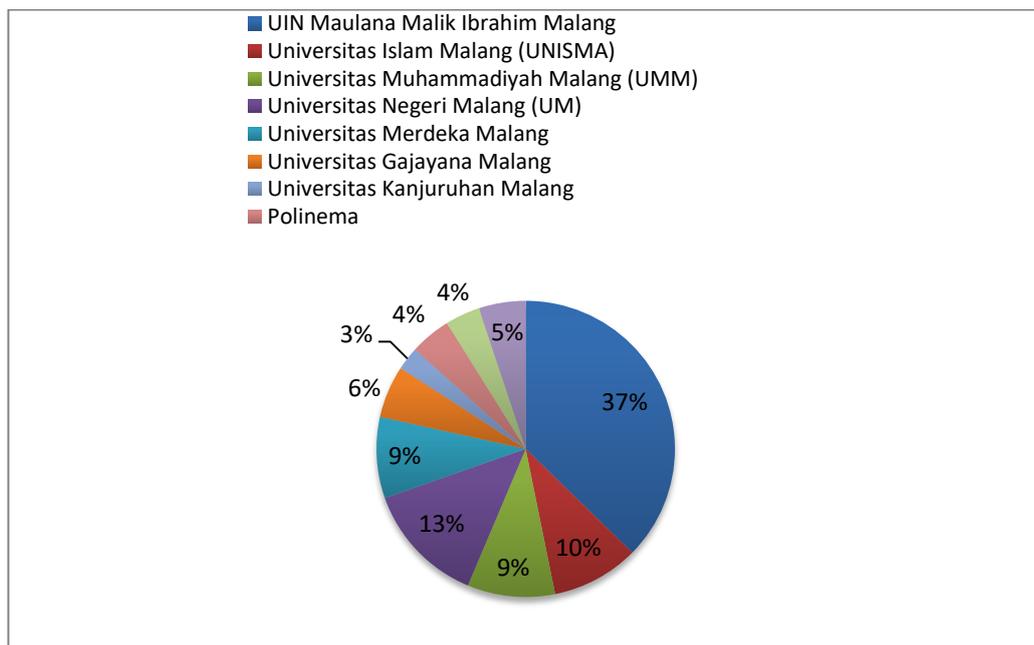
Tabel 4.1. 1 Karakteristik berdasarkan Intitusi Pendidikan

Nama Intitusi	Jumlah	Presentase
UIN Maulana Malik Ibrahim Malang	59	37%
Universitas Islam Malang (UNISMA)	15	10%
Universitas Muhammadiyah Malang (UMM)	15	9%
Universitas Negeri Malang (UM)	21	13%
Universitas Merdeka Malang	14	9%
Universitas Gajayana Malang	9	6%
Universitas Kanjuruhan Malang	4	3%
Polinema	7	4%

Universitas Terbuka Malang	6	4%
Universitas dan Institusi lain	10	5%
Total	160	100%

Sumber: Diolah peneliti, 2025

Gambar 4.1. 1 Karakteristik Berdasarkan Intitusi Pendidikan



Sumber: Data Kuisisioner

Dengan mengacu pada tabel 4.1.1 dan gambar 4.1.1 dapat dilihat bahwa jumlah responden berdasarkan Intitusi Pendidikan adalah mahasiswa muslim di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang sebanyak 59 responden dengan presentase 37%, mahasiswa muslim di Universitas Islam Malang sebanyak 15 responden dengan presentase 10%, mahasiswa muslim di Universitas Muhammadiyah Malang sebanyak 15 responden dengan presentase 9%, mahasiswa muslim di Universitas Negeri Malang sebanyak 21 responden dengan presentase 13%, mahasiswa muslim di Universitas Merdeka Malang sebanyak 14 responden dengan presentase 9%, mahasiswa muslim di Universitas Gajayana Malang sebanyak 9 responden dengan presentase 6%, mahasiswa muslim di Universitas

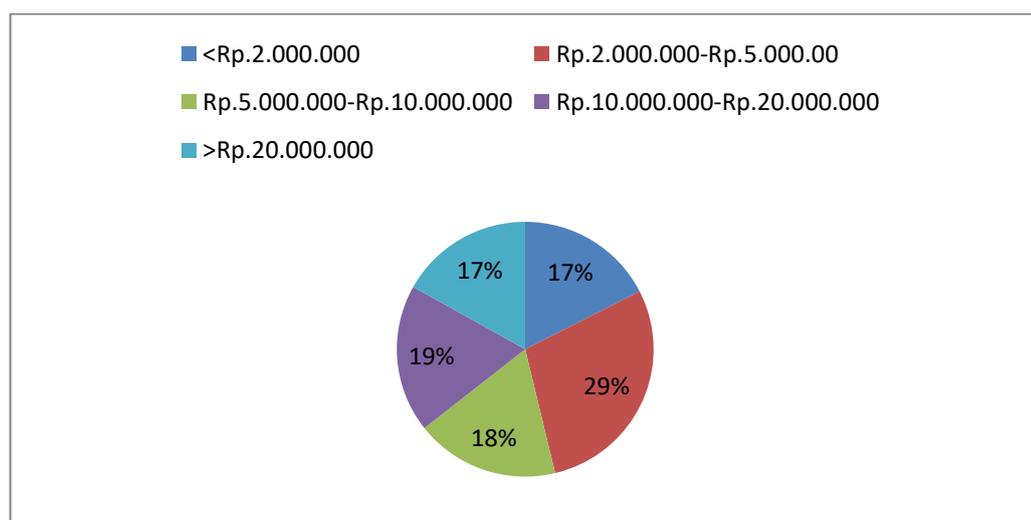
Kanjuruhan Malang sebanyak 4 responden dengan presentase 3%, mahasiswa muslim di Polinema sebanyak 7 responden dengan presentase 4%, mahasiswa muslim di Universitas Terbuka Malang sebanyak 6 responden dengan presentase 4%, mahasiswa muslim di Universitas dan institusi lain sebanyak 10 responden dengan presentase 5%.

Tabel 4.1. 2 Karakteristik berdasarkan Kondisi Penghasilan Orang Tua

Penghasilan Orang tua	Jumlah	Presentase
<Rp. 2.000.000	28	17%
Rp.2.000.000 – Rp.5.000.000	46	29%
Rp.5.000.000 – Rp.10.000.000	29	18%
Rp.10.000.000 – Rp.20.000.000	30	19%
>Rp.20.000.000	27	17%
Total	160	100%

Sumber: Diolah Penulis, 2025

Gambar 4.1. 2 Karakteristik berdasarkan Kondisi Penghasilan Orang Tua



Sumber: Data Kuisisioner

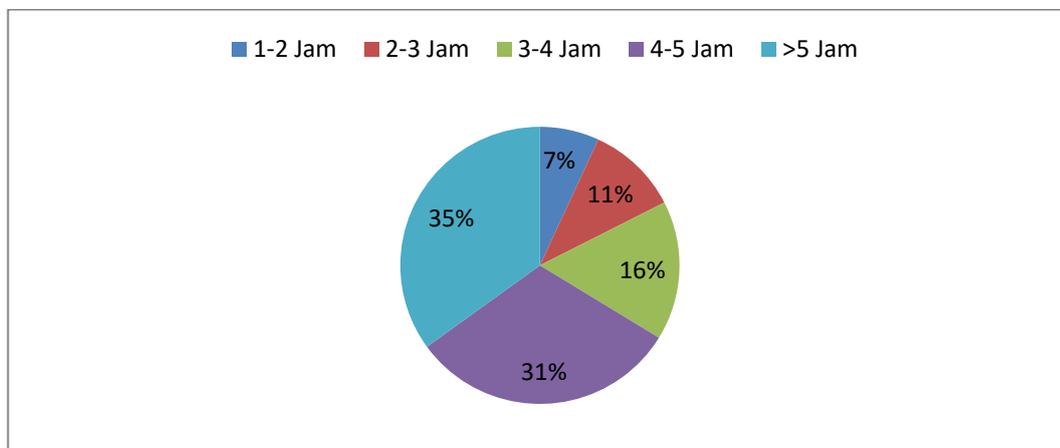
Dengan mengacu pada tabel 4.1.2 dan gambar 4.1.2 dapat diamati bahwasannya jumlah responden berdasarkan Jumlah Penghasilan Orang tua adalah mahasiswa muslim dengan orang tua berpenghasilan sebesar <Rp.2.000.000 sebanyak 28 responden berpresentase 17%, mahasiswa muslim dengan orang tua berpenghasilan sebesar Rp.2.000.000-Rp.5.000.000 sebanyak 46 responden berpresentase 29%, mahasiswa muslim dengan orang tua berpenghasilan sebesar Rp.5.000.000-Rp.10.000.000 sebanyak 29 responden berpresentase 18%, mahasiswa muslim dengan orang tua berpenghasilan sebesar Rp.10.000.000-Rp.20.000.000 sebanyak 30 responden berpresentase 19%, mahasiswa muslim dengan orang tua berpenghasilan >Rp.20.000.000 sebanyak 27 responden berpresentase 17%.

Tabel 4.1. 3 Karakteristik berdasarkan seberapa sering responden mengakses Media Sosial dalam sehari

Lama Penggunaan Medsos	Jumlah	Presentase
1-2 jam	11	6%
2-3 jam	17	9%
3-4 jam	26	15%
4-5 jam	50	28%
>5 jam	56	42%
Total	160	100%

Sumber: Dikelola Penulis, 2025

Gambar 4.1. 3 Karakteristik berdasarkan seberapa sering responden mengakses Media Sosial dalam sehari



Sumber: Data Kuisisioner

Dengan mengacu pada tabel 4.1.3 dan gambar 4.1.3 dapat diamati dimana karakteristik responden berdasarkan seberapa sering responden mengakses Media Sosial dalam sehari adalah mahasiswa dengan lama penggunaan medsos selama 1-2 jam sebanyak 11 responden dengan presentase 7%, mahasiswa dengan lama penggunaan medsos selama 2-3 Jam sebanyak 17 responden dengan presentase 11%, mahasiswa dengan lama penggunaan medsos selama 3-4 jam sebanyak 26 responden dengan presentase 16%, mahasiswa dengan lama penggunaan medsos selama 4-5 jam sebanyak 50 Responden dengan presentase 31%, mahasiswa dengan lama penggunaan medsos selama >5 jam sebanyak 56 responden dengan presentase 35%.

4.1.2. Deskripsi Jawaban Responden

Frekuensi variabel merupakan komponen dalam analisis deskriptif yang mana dihasilkan dari hasil penyebaran kuisisioner yang kemudian menghasilkan gambaran umum mengenai frekuensi data.

4.1.2.1. Variabel Lingkungan Keluarga

Pengukuran variabel Lingkungan keluarga ini tentu saja melibatkan 4 indikator dengan 7 item pernyataan.

Tabel 4.1. 4 Deskripsi Responden pada Variabel Lingkungan Keluarga (X1)

Variabel	Item Pertanyaan	Skor					Mean
		STS	TS	N	S	ST	
Lingkungan Keluarga (X1)	X1.1	1	1	15	86	57	32
	X1.2	2	11	13	71	63	32
	X1.3	2	0	22	72	64	32
	X1.4	2	1	30	78	49	32
	X1.5	0	3	27	81	49	32
	X1.6	2	2	18	76	62	32
	X1.7	1	3	27	84	45	32

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Berdasarkan tabel 4.1.4 diatas, perhitungan distribusi frekuensi pada variabel lingkungan keluarga, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Item X1.1 dengan pernyataan “Saya memiliki orang tua yang mendorong saya untuk berwirausaha” dengan perolehan jawaban terbanyak yaitu setuju dengan total 86 responden.
- b. Item X1.2 dengan pernyataan “Saya memiliki orang tua yang merupakan wirausahawan” dengan perolehan jawaban terbanyak yaitu setuju dengan total 71 responden.
- c. Item X1.3 dengan pernyataan “Saya memiliki keluarga yang memberikan semangat dan motivasi untuk mengembangkan ide dalam berwirausaha” dengan perolehan jawaban terbanyak yaitu setuju dengan total 72 responden.
- d. Item X1.4 dengan pernyataan “Saya memiliki keluarga yang selalu mendengarkan keluh kesah saya terkait berwirausaha” dengan perolehan jawaban terbanyak yaitu setuju dengan total 78 responden.
- e. Item X1.5 dengan pernyataan “Saya memiliki keluarga yang mana kondisi ekonominya memberikan saya motivasi berwirausaha” dengan perolehan jawaban terbanyak yaitu setuju dengan total 81 responden.
- f. Item X1.6 dengan pernyataan “Saya memiliki hubungan yang baik antar

anggota keluarga” dengan perolehan jawaban terbanyak yaitu setuju dengan total 76 responden.

- g. Item X1.7 dengan pernyataan “Saya sering mendiskusikan ide bisnis saya dengan keluarga” dengan perolehan jawaban terbanyak yaitu setuju dengan total 84 responden.

4.1.2.2. Variabel Media Sosial

Pengukuran variabel media sosial ini tentu saja melibatkan 4 indikator dengan 6 item pernyataan.

Tabel 4.1. 5 Deskripsi Responden pada Variabel Media Sosial (X2)

Variabel	Item Pertanyaan	Skor					Mean
		STS	TS	N	S	ST	
Media Sosial (X2)	X2.1	0	1	17	88	53	32
	X2.2	0	2	15	87	56	32
	X2.3	0	1	18	84	57	32
	X2.4	0	0	26	79	55	32
	X2.5	0	6	29	67	58	32
	X2.6	0	12	28	62	58	32

Sumber: Dikelola Peneliti, 2025

Berdasarkan tabel 4.1.5 diatas, perhitungan distribusi frekuensi pada variabel media sosial, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- Item X2.1 dengan pernyataan “Saya mengetahui baik dan buruknya kualitas konten di media sosial” dengan perolehan jawaban terbanyak yaitu setuju dengan total 88 responden.
- Item X2.2 dengan pernyataan “Saya terinspirasi dengan konten di media sosial untuk bisnis saya” dengan perolehan jawaban terbanyak yaitu setuju dengan total 87 responden.
- Item X2.3 dengan pernyataan “Saya bisa menggunakan media sosial sebagai alat untuk memasarkan dan mempromosikan produk saya” dengan perolehan jawaban terbanyak yaitu setuju dengan total 84 responden.
- Item X2.4 dengan pernyataan “Saya mengetahui seberapa efektif strategi pemasaran dan promosi yang saya lakukan di media sosial” dengan perolehan

jawaban terbanyak yaitu setuju dengan total 79 responden.

- e. Item X2.5 dengan pernyataan “Saya mengikuti komunitas kewirausahaan yang ada di media sosial” dengan perolehan jawaban terbanyak yaitu setuju dengan total 67 responden.
- f. Item X2.6 dengan pernyataan “Saya sering berinteraksi dengan komunitas kewirausahaan tersebut” dengan perolehan jawaban terbanyak yaitu setuju dengan total 62 responden.

4.1.2.3. Variabel Minat Berwirausaha

Pengukuran variabel minat berwirausaha ini tentu saja melibatkan 6 indikator dengan 9 item pernyataan.

Tabel 4.1. 6 Deskripsi Responden pada Variabel Minat Berwirausaha (Y)

Variabel	Item Pertanyaan	Skor					Mean
		STS	TS	N	S	ST	
Minat Berwirausaha (Y)	Y1.1	0	1	21	80	58	32
	Y1.2	0	0	27	94	39	32
	Y1.3	0	3	29	81	47	32
	Y1.4	0	1	24	79	56	32
	Y1.5	1	0	22	80	57	32
	Y1.6	2	1	27	81	49	32
	Y1.7	1	4	26	81	48	32
	Y1.8	1	3	22	76	58	32
	Y1.9	2	9	21	83	45	32

Sumber: Dikelola Peneliti, 2025

Berdasarkan tabel 4.1.6 diatas, perhitungan distribusi frekuensi pada variabel minat berwirausaha, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Item Y1 dengan pernyataan “Saya memiliki pengetahuan mengenai kewirausahaan” dengan perolehan jawaban terbanyak yaitu setuju dengan total 80 responden.
- b. Item Y2 dengan pernyataan “Saya memiliki motivasi untuk berwirausaha” dengan perolehan jawaban terbanyak yaitu setuju dengan total 94 responden.
- c. Item Y3 dengan pernyataan “Saya memiliki keberanian mengambil risiko dalam berwirausaha” dengan perolehan jawaban terbanyak yaitu setuju dengan

total 81 responden.

- d. Item Y4 dengan pernyataan “Saya memiliki keinginan untuk memulai dan mengembangkan usaha sendiri” dengan perolehan jawaban terbanyak yaitu setuju dengan total 79 responden.
- e. Item Y5 dengan pernyataan “Saya beranggapan bahwa menadi wirausaha itu penting dalam rencana karir masa depan” dengan perolehan jawaban terbanyak yaitu setuju dengan total 80 responden.
- f. Item Y6 dengan pernyataan “Saya memiliki keyakinan mengenai kemampuan untuk mengelola dan mengembangkan usaha saya” dengan perolehan jawaban terbanyak yaitu setuju dengan total 81 responden.
- g. Item Y7 dengan pernyataan “Saya memilki kepercayaan diri dalam menghadapi tantangan dalam berwirausaha” dengan perolehan jawaban terbanyak yaitu setuju dengan total 81 responden.
- h. Item Y8 dengan pernyataan “Saya merasa senang ketika berhasil mencapai target bisnis saya” dengan perolehan jawaban terbanyak yaitu setuju dengan total 76 responden.
- i. Item Y9 dengan pernyataan “Saya puas dengan proses dalam berwirausaha sendiri” dengan perolehan jawaban terbanyak yaitu setuju dengan total 83 responden.

4.1.2.4. Variabel Kreativitas

Pengukuran variabel kreativitas ini tentu saja melibatkan 4 indikator dengan 8 item pernyataan.

Tabel 4.1. 7 Deskripsi Responden pada Variabel Kreativitas (Z)

Variabel	Item Pertanyaan	Skor					Mean
		STS	TS	N	S	ST	
Kreativitas (Z)	Z1.1	1	6	24	68	61	32
	Z1.2	0	1	15	87	53	32
	Z1.3	1	2	30	71	56	32
	Z1.4	0	5	27	75	53	32
	Z1.5	1	5	17	73	64	32
	Z1.6	0	3	21	83	53	32
	Z1.7	2	5	20	71	62	32

	Z1.8	3	4	32	69	52	32
--	------	---	---	----	----	----	----

Sumber: Dikelola Peneliti, 2025

Berdasarkan tabel 4.1.7 diatas, perhitungan distribusi frekuensi pada variabel kreativitas, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Item Z1 dengan pernyataan “Saya suka menciptakan ide-ide baru dalam berwirausaha” dengan perolehan jawaban terbanyak yaitu setuju dengan total 68 responden.
- b. Item Z2 dengan pernyataan “Saya merasa bahwa inovasi produk itu penting dalam bisnis saya” dengan perolehan jawaban terbanyak yaitu setuju dengan total 87 responden.
- c. Item Z3 dengan pernyataan “Saya memiliki kemampuan menciptakan layanan yang baik dalam usaha saya” dengan perolehan jawaban terbanyak yaitu setuju dengan total 71 responden.
- d. Item Z4 dengan pernyataan “Saya suka memperbarui layanan agar dapat meningkatkan kualitas bisnis saya” dengan perolehan jawaban terbanyak yaitu setuju dengan total 75 responden.
- e. Item Z5 dengan pernyataan “Saya mudah menerima dan mengimplementasikan ide-ide baru dalam bisnis saya” dengan perolehan jawaban terbanyak yaitu setuju dengan total 73 responden.
- f. Item Z6 dengan pernyataan “Saya mudah menerima dan mengimplementasikan ide-ide baru dalam bisnis saya” dengan perolehan jawaban terbanyak yaitu setuju dengan total 83 responden.
- g. Item Z7 dengan pernyataan “Saya mudah menerima dan mengimplementasikan ide-ide baru dalam bisnis saya” dengan perolehan jawaban terbanyak yaitu setuju dengan total 71 responden.
- h. Item Z8 dengan pernyataan “Saya mudah menerima dan mengimplementasikan ide-ide baru dalam bisnis saya” dengan perolehan jawaban terbanyak yaitu setuju dengan total 69 responden.

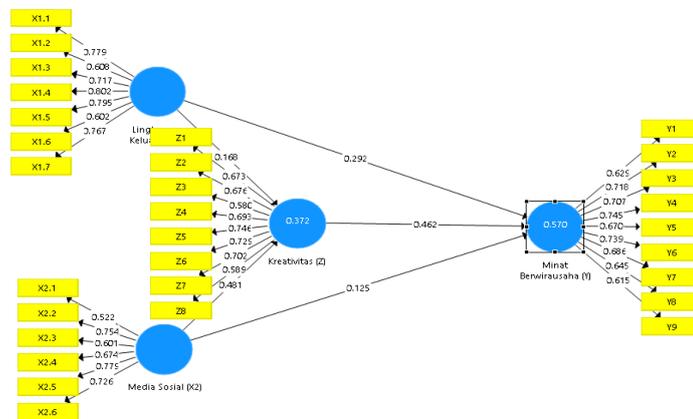
4.2. Uji Instrumen Penelitian

4.2.1. Uji Model Pengukuran (*Outer Model*)

4.2.1.1. Uji Validitas Konvergen (*Convergent Validity*)

1. Nilai *Cross Loading Factor*

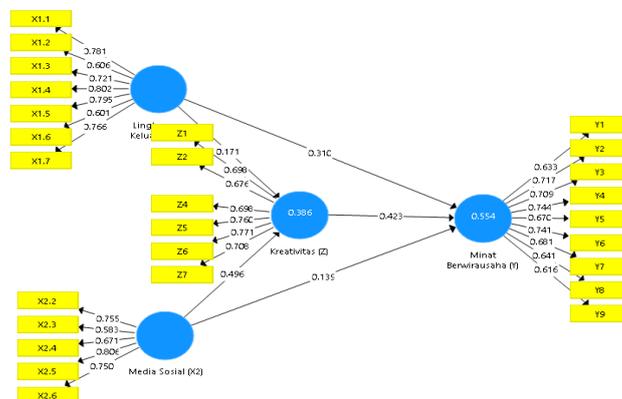
Gambar 4.2. 1 Nilai *Cross Loading Factor* Tidak Valid



Sumber: Dikelola Penulis, 2025

Berdasarkan hasil Nilai *Cross Loading Factor* diatas belum bisa dikatakan valid karena ada beberapa indikator variabel yang menunjukkan nilai dibawah standar yaitu 0.6.

Gambar 4.2. 2 Nilai *Cross Loading Factor* Valid



Sumber: Dikelola Penulis, 2025

Kemudian dikarenakan Nilai *Cross Loading Factor* pada Gambar 4.4 belum valid. Maka ada beberapa indikator dengan nilai dibawah standart yaitu 0.6 harus di hapus. Sehingga menghasilkan gambar seperti pada Gambar 4.5 yang mana Uji *Cross Loading Factor* sudah dinyatakan valid.

2. Nilai *Average Variance Extracted (AVE)*

Gambar 4.2. 3 Nilai *Average Variance Extracted (AVE)*

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extra...
Kreativitas (Z)	0.813	0.815	0.865	0.518
Lingkungan Ke...	0.852	0.871	0.887	0.531
Media Sosial (X2)	0.761	0.778	0.840	0.514
Minat Berwirau...	0.841	0.845	0.880	0.513

Sumber: Dikelola Penulis, 2025

Berdasarkan hasil running data mengenai Nilai *Average Variance Extracted (AVE)* pada Gambar 4.2.3 dapat ditarik kesimpulan bahwa Nilai *Average Variance Extracted (AVE)* dinyatakan valid secara keseluruhan dikarenakan sudah memenuhi persyaratan nilainya yaitu diatas 0.5:

- 1) Nilai *Average Variance Extracted (AVE)* pada variabel Lingkungan Keluarga (X1) 0.518 yang mana nilai tersebut sudah diatas 0.5.
- 2) Nilai *Average Variance Extracted (AVE)* pada variabel Media Sosial (X2) 0.531 yang mana nilai tersebut sudah diatas 0.5.
- 3) Nilai *Average Variance Extracted (AVE)* pada variabel Minat Berwirausaha (Y) 0.514 yang mana nilai tersebut sudah diatas 0.5.
- 4) Nilai *Average Variance Extracted (AVE)* pada variabel Kreativitas (Z) 0.513 yang mana nilai tersebut sudah diatas 0.5.

4.2.1.2. Uji Validitas Diskriminan (*Discriminant Validity*)

1. Asumsi *Fornell-Larcker Criterion*

Gambar 4.2. 4 Asumsi *Fornell-Larcker Criterion*

	Kreativitas (Z)	Lingkungan Keluarga (X1)	Media Sosial (X2)	Minat Berwirausaha (Y)
Kreativitas (Z)	0.719			
Lingkungan Ke...	0.498	0.729		
Media Sosial (X2)	0.609	0.657	0.717	
Minat Berwirau...	0.633	0.563	0.541	0.716

Sumber: Dikelola Penulis, 2025

Mengacu pada gambar running data tersebut, dapat diamati bahwa nilai uji validitas diskriminan menggunakan asumsi *Fornel-Larcker Criterion* sudah tercapai. Karena nilai tertinggi berada di posisi paling atas pada kolom tabel Kreativitas (Z) yaitu 0.719, kolom tabel paling atas Lingkungan Keluarga (X1) yaitu 0.729, kolom tabel paling atas Media Sosial (X2) yaitu 0,717, kolom paling atas Minat Berwirausaha (Y) yaitu 0,716.

2. Asumsi Cross Loading

1. *Cross Loading* Lingkungan Keluarga (X1)

Tabel 4.2. 1 *Cross Loading* Lingkungan Keluarga (X1)

	Kreativitas (Z)	Lingkungan Keluarga (X1)	Media Sosial (X2)	Minat Berwirausaha (Y)
X1.1	0,2625	0,542361111	0,322916667	0,278472222
X1.2	0,202083333	0,422222222	0,275	0,209722222
X1.3	0,259027778	0,500694444	0,308333333	0,263888889
X1.4	0,279861111	0,55625	0,367361111	0,313888889
X1.5	0,304166667	0,552083333	0,348611111	0,349305556
X1.6	0,100694444	0,414583333	0,309722222	0,152083333
X1.7	0,277083333	0,53125	0,395138889	0,349305556

Sumber: Dikelola Penulis, 2025

Berdasarkan tabel running data uji validitas diskriminan menggunakan asumsi *Cross Loading* pada variabel Lingkungan Keluarga (X1) menunjukkan

bahwa nilai pada kolom variabel Lingkungan Keluarga sudah tercapai. Dikatakan tercapai karena pada kolom variabel ini setiap indikatornya sudah memiliki nilai yang lebih besar/tinggi dari pada kolom variabel penelitian lainnya pada indikator variabel Lingkungan Keluarga (X1)

2. *Cross Loading* Media Sosial (X2)

Tabel 4.2. 2 *Cross Loading* Media Sosial (X2)

	Kreativitas (Z)	Lingkungan Keluarga (X1)	Media Sosial (X2)	Minat Berwirausaha (Y)
X2.2	0,35625	0,370833333	0,527777778	0,335416667
X2.3	0,278472222	0,242361111	0,407638889	0,205555556
X2.4	0,26875	0,276388889	0,464583333	0,190277778
X2.5	0,306944444	0,359722222	0,558333333	0,331944444
X2.6	0,294444444	0,365277778	0,517361111	0,247222222

Sumber: Dikelola Penulis, 2025

Berdasarkan tabel running data uji validitas diskriminan menggunakan asumsi *Cross Loading* pada variabel Media Sosial (X2) menunjukkan bahwa nilai pada kolom variabel Media Sosial sudah tercapai. Dikatakan tercapai karena pada kolom variabel ini setiap indikatornya sudah bisa dikatakan mempunyai nilai yang lebih besar/tinggi dari pada kolom variabel penelitian lainnya pada indikator variabel Media Sosial (X2).

3. *Cross Loading* Minat Berwirausaha (Y)

Tabel 4.2. 3 *Cross Loading* Minat Berwirausaha (Y)

	Kreativitas (Z)	Lingkungan Keluarga (X1)	Media Sosial (X2)	Minat Berwirausaha (Y)
Y2	0,324305556	0,276388889	0,259027778	0,507638889
Y3	0,322916667	0,324305556	0,286805556	0,498611111
Y4	0,343055556	0,303472222	0,355555556	0,527777778
Y5	0,263194444	0,272916667	0,291666667	0,472916667
Y6	0,345138889	0,30625	0,272222222	0,520833333
Y7	0,296527778	0,225694444	0,202777778	0,489583333
Y8	0,299305556	0,238194444	0,195138889	0,459722222

Sumber: Dikelola Penulis, 2025

Berdasarkan tabel running data uji validitas diskriminan menggunakan asumsi *Cross Loading* pada variabel Minat Berwirausaha (Y) menunjukkan bahwa nilai pada kolom variabel Minat Berwirausaha sudah tercapai. Dikatakan tercapai karena pada kolom variabel ini setiap indikatornya sudah bisa dikatakan mempunyai nilai yang lebih besar/tinggi dari pada kolom variabel penelitian lainnya pada indikator variabel Minat Berwirausaha (Y).

4. *Cross Loading* Kreativitas (Z)

Tabel 4.2. 4 *Cross Loading* Kreativitas (Z)

	Kreativitas (Z)	Lingkungan Keluarga (X1)	Media Sosial (X2)	Minat Berwirausaha (Y)
Z1	0,484722222	0,26875	0,285416667	0,399305556
Z2	0,469444444	0,233333333	0,258333333	0,351388889
Z4	0,483333333	0,227083333	0,320138889	0,226388889
Z5	0,528472222	0,227083333	0,307638889	0,290972222
Z6	0,536805556	0,290277778	0,344444444	0,314583333
Z7	0,490972222	0,234722222	0,310416667	0,291666667

Sumber: Dikelola Penulis, 2025

Berdasarkan tabel running data uji validitas diskriminan menggunakan asumsi *Cross Loading* pada variabel Kreativitas (Z) menunjukkan bahwa nilai pada kolom variabel Kreativitas sudah tercapai. Dikatakan tercapai karena pada kolom variabel ini setiap indikatornya sudah bisa dikatakan mempunyai nilai yang lebih besar/tinggi dari pada kolom variabel penelitian lainnya pada indikator variabel Kreativitas (Z):

3. Asumsi *Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)*

Gambar 4.2. 5 Asumsi *Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)*

	Kreativitas (Z)	Lingkungan Ke...	Media Sosial (...)	Minat Berwira...
Kreativitas (Z)				
Lingkungan Ke...	0.569			
Media Sosial (X2)	0.770	0.810		
Minat Berwirau...	0.753	0.636	0.652	

Sumber: Dikelola Penulis, 2025

Berdasarkan running data Uji validitas Diskriminan menggunakan asumsi *Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)* menunjukkan bahwa keseluruhan nilai HTMT pada data dari keseluruhan variabel dibawah 0.9 maka nilai HTMT dinyatakan tercapai dan lolos:

4.2.2. Uji Reliabilitas

1. Nilai *Cronbach's Alpha*

Gambar 4.2. 6 Nilai *Cronbach's Alpha*

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extra...
Kreativitas (Z)	0.813	0.815	0.865	0.518
Lingkungan Ke...	0.852	0.871	0.887	0.531
Media Sosial (X2)	0.761	0.778	0.840	0.514
Minat Berwirau...	0.841	0.845	0.880	0.513

Sumber: Dikelola Penulis, 2025

Dari Gambar 4.9 mengenai Nilai *Cronbach's Alpha* dapat ditinjau bahwa keseluruhan Nilai *Cronbach's Alpha* dinyatakan Reliabel karena:

- 1) Nilai *Cronbach's Alpha* mengenai Lingkungan Keluarga (X1) dengan nilai sebesar 0.813 yang mana sudah diatas 0.6.
- 2) Nilai *Cronbach's Alpha* mengenai Media Sosial (X2) dengan nilai sebesar 0.852 yang mana sudah diatas 0.6.
- 3) Nilai *Cronbach's Alpha* mengenai Minat Berwirausaha (Y) dengan nilai sebesar 0.761 yang mana sudah diatas 0.6.
- 4) Nilai *Cronbach's Alpha* mengenai Kreativitas (Z) dengan nilai sebesar 0.841 yang mana sudah diatas 0.6.

2. Nilai *Composite Reliability*

Gambar 4.2. 7 Nilai *Composite Reliability*

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extra...
Kreativitas (Z)	0.813	0.815	0.865	0.518
Lingkungan Ke...	0.852	0.871	0.887	0.531
Media Sosial (X2)	0.761	0.778	0.840	0.514
Minat Berwirau...	0.841	0.845	0.880	0.513

Sumber: Dikelola Penulis, 2025

Dari Gambar 4.2.7 mengenai Nilai *Composite Reliability* dapat dilihat bahwa keseluruhan Nilai *Cronbach's Alpha* dinyatakan Reliabel karena:

- 1) Nilai *Composite Reliability* mengenai Lingkungan Keluarga (X1) dengan nilai sebesar 0.865 yang mana sudah diatas 0.6.
- 2) Nilai *Composite Reliability* mengenai Media Sosial (X2) dengan nilai sebesar 0.887 yang mana sudah diatas 0.6.
- 3) Nilai *Composite Reliability* mengenai Minat Berwirausaha (Y) dengan nilai sebesar 0.840 yang mana sudah diatas 0.6.
- 4) Nilai *Composite Reliability* mengenai Kreativitas (Z) dengan nilai sebesar 0.880 yang mana sudah diatas 0.6.

4.2.3. Uji Model Struktural (*Inner model*)

4.2.3.1. R^2 (*R-Squared*)

Gambar 4.2. 8 R^2 (*R-Squared*)

	R Square	R Square Adjus...
Kreativitas (Z)	0.388	0.380
Minat Berwirau...	0.486	0.476

Sumber: Dikelola Penulis, 2025

Berdasarkan Gambar 4.2.8 diatas bisa disimpulkan sebagai berikut:

- 1) Nilai R^2 (*R-Squared*) Minat Berwirausaha (Y) sebesar 0.486/48.6%. Artinya bahwa variabel-variabel bebas antara lain Lingkungan Keluarga (X1) dan Media Sosial (X2) mampu memberikan penjelasan terhadap variabel Minat

Berwirausaha (Y) sebesar 48.6% serta menunjukkan hubungan yang moderat dikarenakan Nilai R^2 (*R-Squared*) variabel Minat Berwirausaha (Y) berada diantara 26%-74%.

- 2) Nilai R^2 (*R-Squared*) Kreativitas (Z) sebesar 0.388/38.8%. Artinya bahwa variabel-variabel bebas antara lain Lingkungan Keluarga (X1) dan Media Sosial (X2) mampu memberikan penjelasan terhadap variabel Kreativitas (Z) sebesar 38.8% serta menunjukkan hubungan moderat dikarenakan Nilai R^2 (*R-Squared*) variabel Kreativitas (Z) berada diantara 26%-74%.

4.2.3.2. Predictive Relevance (Q^2)

Gambar 4.2. 9 Predictive Relevance (Q^2)

	SSO	SSE	$Q^2 (=1-SSE/SSO)$
Kreativitas (Z)	960.000	809.225	0.157
Lingkungan Keluarga (X1)	1120.000	1120.000	
Media Sosial (X2)	800.000	800.000	
Minat Berwirausaha (Y)	1120.000	863.559	0.229

Sumber: Dikelola Penulis, 2025

Berdasarkan Gambar 4.2.9 diatas disimpulkan sebagai berikut:

- 1) Nilai Q^2 Minat Berwirausaha (Y) sebesar 0.229. Yang mana dapat diartikan variabel Minat Berwirausaha (Y) bisa memprediksikan model dengan baik karena nilainya >0 .
- 2) Nilai Q^2 Kreativitas sebesar 0.157. Yang mana dapat diartikan variabel Kreativitas (Z) bisa memprediksikan model dengan baik karena nilainya >0 .

4.2.3.3. Uji *Path Coefficient* (Analisis Jalur)

Gambar 4.2. 10 Uji *Path Coefficient* (Analisis Jalur)

	Original Sampl...	Sample Mean (...)	Standard Devia...	T Statistics (O/...	P Values
Kreativitas (Z) -> Minat Berwirausaha (Y)	0.438	0.444	0.107	4.108	0.000
Lingkungan Keluarga (X1) -> Kreativitas (Z)	0.171	0.206	0.161	1.065	0.287
Lingkungan Keluarga (X1) -> Minat Berwir...	0.291	0.270	0.134	2.169	0.030
Media Sosial (X2) -> Kreativitas (Z)	0.496	0.466	0.166	2.991	0.003
Media Sosial (X2) -> Minat Berwirausaha (Y)	0.083	0.105	0.139	0.601	0.548

Sumber: Dikelola Penulis, 2025

Berdasarkan Gambar 4.2.10 dapat disimpulkan sebagai berikut:

- 1) Keterkaitan antara variabel Lingkungan Keluarga (X1) dengan Minat berwirausaha (Y) memiliki nilai *P Values* sebesar 0.030 yaitu <0.05 . Artinya H_1 ditetapkan diterima dan signifikan.
- 2) Keterkaitan antara variabel Media Sosial (X2) dengan Minat Berwirausaha (Y) memiliki nilai *P Values* sebesar 0.548 >0.05 . Artinya H_2 ditetapkan ditolak dan tidak signifikan.
- 3) Hubungan antara Lingkungan Keluarga (X1) dengan Kreativitas (Z) memiliki nilai *P Values* sebesar 0.287 >0.05 . Artinya tidak adanya hubungan yang signifikan.
- 4) Hubungan antara Media Sosial (X2) dengan Kreativitas (Z) memiliki nilai *P Values* 0.003 <0.05 . Artinya terdapat hubungan yang signifikan.
- 5) Hubungan antara Kreativitas (Z) dengan Minat Berwirausaha (Y) memiliki nilai *P Values* sebesar 0.000 <0.05 . Artinya terdapat hubungan yang signifikan.

4.2.4. Uji Intervening (Uji Mediasi)

Gambar 4.2. 11 Uji Intervening (Uji Mediasi)

	Original Sampl...	Sample Mean (...)	Standard Devia...	T Statistics (O/...	P Values
Lingkungan Keluarga (X1) -> Kreativitas (Z) -> Minat Berwirausaha (Y)	0.075	0.096	0.084	0.897	0.370
Media Sosial (X2) -> Kreativitas (Z) -> Minat Berwirausaha (Y)	0.217	0.203	0.084	2.591	0.010

Sumber: Dikelola Penulis, 2025

Dari Gambar 4.2.11 dapat disimpulkan sebagai berikut:

- 1) Relasi antara Lingkungan Keluarga (X1) dengan Minat Berwirausaha (Y) melalui Kreativitas (Z) sebagai variabel intervening memiliki nilai *P Values* sebesar $0.370 > 0.05$. Artinya H3 dinyatakan ditolak dan tidak signifikan. Karena hubungan secara langsung variabel Lingkungan Keluarga (X1) dengan Minat Berwirausaha (Y) signifikan. Maka hasilnya tidak ada jenis mediasi (intervening) pada hubungan antara variabel Lingkungan Keluarga (X1) dengan Minat Berwirausaha (Y) melalui Kreativitas (Z) sebagai variabel intervening.
- 2) Relasi antara variabel Media Sosial (X2) dengan Minat Berwirausaha (Y) melalui Kreativitas (Z) sebagai variabel intervening memiliki nilai *P Values* sebesar $0.010 < 0.05$. Artinya H4 dinyatakan diterima dan signifikan. Karena hubungan secara langsung variabel Media Sosial (X2) dengan Minat Berwirausaha (Y) tidak signifikan. Maka dinyatakan jenis mediasi (intervening) pada hubungan antara variabel Media Sosial (X2) dengan Minat Berwirausaha (Y) melalui Kreativitas (Z) sebagai variabel intervening adalah mediasi penuh.

4.3. Pembahasan

4.3.1 Lingkungan Keluarga (X1) berpengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha (Y)

Pengertian lingkungan keluarga Siskia et al. (2024) merupakan lingkungan yang dapat memberikan bantuan yang mana bantuan tersebut akan diberikan agar mempermudah penyelesaian masalah yang mungkin akan timbul saat mengoperasikan usahanya. Dengan demikian, adanya lingkungan keluarga yang mendukung secara tidak langsung dapat mempengaruhi minat mahasiswa muslim dalam dunia wirausaha.

Minat berwirausaha merupakan suatu keinginan, ketertarikan, serta kesediaan untuk bekerja keras atau kemauan yang kuat agar dapat melakukan yang terbaik dengan menggunakan segala potensi yang dimiliki dibidang bisnis

tersebut (Tingginehe & Sulandjari, 2024). Secara umum minat berwirausaha dapat diartikan kecenderungan naluri individu yang diikuti dengan kesiapan untuk pengambilan risiko agar dapat membuka usaha yang baru dengan memaksimalkan kesempatan yang tersedia pada saat itu.

Tampak dari hasil pengujian yang mana telah dilakukan oleh peneliti pada penelitian ini bahwasannya hasil dari uji yang dilakukan menggunakan Smart PLS 3 ini menunjukkan adanya relasi yang berpengaruh signifikan antara variabel Lingkungan Keluarga (X1) dengan Minat Berwirausaha (Y). Hasil pengujian ini dapat diperkuat pula dengan hasil penelitian yang sebelumnya pernah dilakukan oleh peneliti lain.

Hasil studi yang dilakukan oleh Siskia et al. (2024) menunjukkan bahwa lingkungan keluarga memiliki pengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Begitu pula dari hasil studi yang telah dilakukan oleh Pasaribu & Lubis (2024) yang juga mengatakan bahwa lingkungan keluarga berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha. Menurut Rusydi & Pamungkas (2024) Lingkungan Keluarga merupakan faktor yang berasal dari lingkungan keluarga, yang dapat mempengaruhi minat berwirausaha. Dukungan dari keluarga, apabila keluarga mendukung yang baik maka dapat meningkatkan minat berwirausaha.

Dari beberapa studi diatas dan disertakan pula studi yang dilakukan oleh peneliti sendiri, maka dapat disimpulkan bahwa lingkungan keluarga benar-benar sangat mempengaruhi setiap individu untuk mendirikan suatu bisnis maupun usaha yang dilakukan. Pengaruh ini mencakup berbagai aspek, seperti motivasi, dukungan emosional, dan nilai-nilai yang berdampak positif kemudian dapat diterapkan sejak dini. Jika keluarga sudah turun tangan untuk memberikan dukungan terhadap individu untuk melangkah lebih mau secara tidak langsung akan membakar semangat individu tersebut untuk melakukan hal yang penuh dengan dukungan keluarganya. Begitupun sebaliknya, keluarga yang kurang dalam memberikan dukungan, maka akan menghambat pengembangan usaha yang akan dilakukan. Oleh sebab itu, penting sekali bagi keluarga untuk

memberikan dukungan-dukungan yang positif demi kelancaran individu dalam berwirausaha.

Selain itu, peran keluarga dalam memberikan keterampilan dan pendidikan juga sangat krusial. Keluarga yang sejak dini memberikan pengetahuan dan mencontohkan mengenai nilai-nilai yang ada dalam kewirausahaan dan membekali individu dengan pengetahuan kewirausahaan sangat diperlukan dalam menjalankan bisnisnya. Misalnya, keterampilan dalam berkomunikasi serta kemampuan manajemen waktu dengan baik. Studi ini juga menunjukkan bahwa perhatian terhadap dinamika keluarga sangatlah penting dalam konteks kewirausahaan. Dengan adanya lingkungan keluarga yang baik dan tepat pasti dapat meningkatkan peluang untuk keberhasilan individu dalam berwirausaha.

Menurut Darmianti (2021), indikator lingkungan keluarga terdiri dari 4 indikator, antara lain pola asuh orang tua, dukungan emosional, kondisi ekonomi keluarga, hubungan baik antar anggota keluarga. Pola asuh orang tua tentu saja sangat penting karena berhubungan dengan bahaimana cara orang tua mendidik anak mereka. Begitu pula kondisi ekonomi keluarga tentu saja mempengaruhi dari segi motivasi dan kebutuhan individu tersebut untuk berwirausaha. Tidak hanya itu, dukungan emosional dan hubungan antar anggota keluarga juga sangat mempengaruhi karena keluarga memberikan rasa aman dan menciptakan lingkungan yang harmonis serta saling memberikan dukungan antara anggota keluarga yang satu dengan anggota keluarga lainnya.

Dalam *Tafsir Al-Jalalaini* yang dijelaskan oleh Imam Jalaluddin Al-Mahalli dijelaskan secara terperinci bahwa perintah untuk menjaga setiap dari anggota keluarga agar tidak tersesat di jalan Allah SWT dan agar selalu taat kepada Allah SWT (Ubab, 2024). Tafsir tersebut berasal dari ayat Al-Quran surat At-Tahrim ayat 6:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا قُوا أَنْفُسَكُمْ وَأَهْلِيكُمْ نَارًا وَقُودُهَا النَّاسُ وَالْحِجَارَةُ عَلَيْهَا مَلَائِكَةٌ غِلَاظٌ شِدَادٌ لَا

يَعْصُونَ اللَّهَ مَا أَمَرَهُمْ وَيَفْعَلُونَ مَا يُؤْمَرُونَ (٦)

Artinya:

“Wahai orang-orang yang beriman, jagalah dirimu dan keluargamu dari api neraka yang bahan bakarnya adalah manusia dan batu. Penjaganya adalah malaikat-malaikat yang kasar dan keras. Mereka tidak durhaka kepada Allah terhadap apa yang Dia perintahkan kepadanya dan selalu mengerjakan apa yang diperintahkan”. (Qs. At-Tahrim: 6)

Dari penggalan ayat tersebut dan tafsirnya dapat disimpulkan pula bahwa keluarga itu benar-benar sangat memberikan pengaruh terhadap individu. Tidak hanya memberikan pengaruh baik untuk bekal di dunia, namun juga memberikan pengaruh terhadap bekal di akhirat kelak. Tidak hanya memberikan tuntunan yang baik di dunia, namun juga memberikan tuntunan yang baik agar di akhirat kelak tidak tersesat.

4.3.2 Media Sosial (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha (Y)

Menurut Fortuna & Wijaya (2022) kemajuan teknologi yang saat ini berkembang sangat pesat tentu saja dapat meringankan individu agar dapat membuka usaha maupun bisnis melalui media sosial dengan sedikit modal serta dapat mempermudah komunikasi jarak jauh. Oleh karena itu dengan adanya kemajuan teknologi yang berkembang pesat ini, dapat dimanfaatkan sebagai media untuk mendirikan usahanya.

Minat berwirausaha ialah suatu keinginan, antusiasme, serta dedikasi yang kuat agar dapat melakukan yang terbaik dengan menggunakan segala potensi yang dimiliki dibidang bisnis tersebut (Tingginehe & Sulandjari, 2024). Secara umum minat berwirausaha dapat diartikan kecenderungan keinginan hati seseorang yang didikuti dengan keberanian dalam mengambil risiko agar dapat membuka usaha yang baru dengan memanfaatkan peluang yang ada pada saat itu.

Tampak dari hasil pengujian yang mana telah dijalankan oleh peneliti dalam studi ini bahwasannya hasil dari uji yang dilakukan menggunakan Smart PLS 3 ini menunjukkan tidak adanya hubungan yang berpengaruh signifikan antara variabel Media Sosial (X2) dengan Minat Berwirausaha (Y). Tidak hanya itu, dari hasil uji yang dilakukan uga oleh peneliti sebelumnya seperti halnya studi

yang dilakukan oleh Prasetio (2020) juga menyatakan hal yang sama bahwa media sosial dinyatakan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha.

Hasil studi yang telah dilakukan oleh Permatasari & Harsono (2025) juga menunjukkan bahwa Media Sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Begitu pula studi yang dilakukan oleh Jumadi & Mustofa (2022) menyatakan hasil yang serupa bahwasannya media sosial tidak mempengaruhi minat berwirausaha mahasiswa.

Hal ini disebabkan oleh penggunaan media sosial yang belum cukup untuk meningkatkan minat berwirausaha tanpa adanya motivasi secara langsung dan memadai terhadap minat berwirausaha. Begitu pula dikuatkan dengan hasil wawancara kepada beberapa responden yang dilakukan oleh peneliti yang mana responden menyatakan bahwasannya media sosial hanyalah sebagai perantara untuk berwirausaha dan tentu saja tidak mempengaruhi minat dalam berwirausaha. Tidak hanya itu ada beberapa responden yang menyatakan bahwa media sosial itu tidak hanya berisi tentang jual beli maupun bisnis, namun ada banyak sekali konten yang tidak ada pengaruhnya terhadap minat berwirausaha.

Tidak sampai disitu saja, ada beberapa responden yang juga mengatakan bahwasannya tidak semua mahasiswa menggunakan media sosial sebagai peluang untuk menjalankan bisnis dan memanfaatkan media sosial sebagai inovasi untuk bisnis mereka. Karena masih banyak sekali mahasiswa yang lebih cenderung menggunakan media sosial sebagai media hiburan dan konsumsi. Ada pula responden yang berpendapat bahwasannya tidak semua mahasiswa minat dengan menjadikan media sosial sebagai media yang mempengaruhi minat mereka dalam berwirausaha dengan alasan berbisnis di media sosial hanya cocok dengan orang-orang tertentu dan tidak cocok dengan dirinya karena merasa *insecure* akan tidak memiliki hasil yang sama dengan orang lain.

Dari hasil wawancara tersebut dapat pula dikaitkan dari hasil dari kuisisioner yang disebar oleh peneliti yang mana banyak sekali mahasiswa yang menggunakan sosial media selama sehari lebih dari 5 jam, namun tidak

mempengaruhi minat mereka dalam berwirausaha. Dalam kata lain di sosial media tidak hanya berisi konten yang mendidik di bidang wirausaha, namun juga berisi konten-konten lainnya yang mereka lihat baik konten-konten yang memberikan motivasi ataupun mungkin konten yang malah tidak memberikan manfaat sama sekali.

Perihal mengenai lama penggunaan media sosial namun tidak mempengaruhi minat berwirausaha tersebut juga dapat disangkut pautkan dengan *Tafsir Al-Misbah* yang disampaikan oleh Prof. Quraish Syihab yang mana membahas mengenai salah satu ayat dalam Al-Qur'an yakni Surat Al-Hujurat Ayat 6, yang mana pada ayat tersebut menjelaskan mengenai prinsip tabayyun, yaitu mencari kejelasan dan kebenaran informasi sebelum mempercayai dan menindak lanjuti (Jabir, 2022). Ayat tersebut terdapat pada surat Al-Hujurat ayat 6:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا قُوا أَنفُسَكُمْ وَأَهْلِيكُمْ نَارًا وَقُودُهَا النَّاسُ وَالْحِجَارَةُ عَلَيْهَا مَلَائِكَةٌ غِلَاظٌ شِدَادٌ لَا

يَعْصُونَ اللَّهَ مَا أَمَرَهُمْ وَيَفْعَلُونَ مَا يُؤْمَرُونَ (٦)

Artinya:

“Wahai orang-orang yang beriman, jika seorang fasik datang kepadamu membawa berita penting, maka telitilah kebenarannya agar kamu tidak mencelakakan suatu kaum karena ketidaktahuan(-mu) yang berakibat kamu menyesali perbuatanmu itu.” (QS Al-Hujurat:6)

Dari penggalan ayat tersebut dan dari tafsir yang sudah dijelaskan dapat disimpulkan bahwasannya boleh-boleh saja menggunakan media sosial dalam jangka waktu yang panjang. Namun harus mampu memilah mana yang baik dan yang buruk, mana yang bermanfaat dan mana yang tidak bermanfaat. Tentu saja selagi bisa melakukan hal tersebut pasti bisa bermanfaat untuk diri sendiri dan tentunya untuk orang lain juga.

4.3.3 Lingkungan Keluarga (X1) dengan Minat Berwirausaha (Y) melalui Kreativitas (Z) sebagai variabel intervening

Kreativitas dalam berwirausaha diartikan sebagai sebuah kemampuan individu agar dapat menghasilkan ide-ide yang terbaru dan menciptakan solusi inovatif agar dapat dimanfaatkan dalam hal menciptakan peluang bisnis yang ada, serta memiliki kemampuan membedakan produk mereka dengan produk yang sudah ada di pasar (Anjarwati & Kamalia, 2024). Menurut Bahri et al. (2023) kreativitas merupakan kemampuan seseorang untuk melahirkan gagasan atau ide baru yang bermanfaat.

Dalam penelitian sebelumnya, masih minim sekali adanya penekanan pada variabel kreativitas yang merupakan salah satu aspek yang dapat menghubungkan lingkungan keluarga dan media sosial dalam mempengaruhi minat berwirausaha. Dalam penelitian Bahri et al. (2023) kreativitas menjadi variabel intervening pada dampak pendidikan dan motivasi kewirausahaan terhadap ketertarikan berwirausaha, yang mana dengan adanya penelitian tersebut mampu memperkuat bahwa kreativitas mampu menjadi variabel intervening yang kami tentukan untuk penelitian ini. Penelitian ini juga mengungkap bahwa kreativitas memiliki pengaruh signifikan terhadap minat kewirausahaan.

Berbeda dengan penelitian sebelumnya. Sebagai mana dinyatakan dalam hasil uji mediasi yang dikemukakan, tidak ada mediasi yang signifikan yang dihasilkan oleh variabel Kreativitas dalam relasi antara Lingkungan Keluarga dan Minat Berwirausaha. Oleh karena itu, dapat dinyatakan bahwa H3 ditolak. Ini menandakan bahwa Kreativitas tidak berperan sebagai variabel intervening pada hubungan tersebut. Dalam istilah lain, sejauh mana Lingkungan Keluarga mempengaruhi Minat Berwirausaha tidak bergantung pada pengaruh Kreativitas dari individu. Pernyataan ini juga dapat menjawab kesimpulan bahwa faktor lain dapat berperan dalam penyediaan mediasi tersebut.

Dari hasil wawancara yang sudah dilakukan oleh peneliti juga mengungkapkan bahwasannya tidak adanya keturunan maupun bakat yang dimiliki mahasiswa muslim tersebut dibidang wirausaha namun memiliki dukungan dari keluarganya dan memiliki minat dalam berwirausaha, ada pula mahasiswa muslim yang memiliki minat dalam berwirausaha dan mampu menciptakan inovasi namun kekurangan dari segi lingkungan keluarganya yang hanya mendukung individu tersebut untuk bekerja selain menjadi seorang wirausahawan, ada juga mahasiswa muslim yang tidak berpengalaman dibidang wirausaha bahkan keluarganya pun tidak memiliki pengalaman namun keluarganya selalu mendukung untuk individu tersebut menjadi wirausaha.

Terlepas dari ketidaksignifikannya kreativitas dalam menjadi variabel mediasi antar lingkungan keluarga dan minat berwirausaha, lingkungan keluarga tetap menjadi faktor penentu dalam minat berwirausaha individu. Artinya, sepeenting apapun kreativitas seseorang dalam berwirausaha, pengaruh lingkungan keluarga lebih mampu membentuk minat berwirausaha mahasiswa.

Dalam *Tafsir Al-Jalalaini* yang dijelaskan oleh Imam Jalaluddin Al-Mahalli dijelaskan secara terperinci bahwa perintah untuk menjaga setiap dari anggota keluarga agar tidak tersesat di jalan Allah SWT dan agar selalu taat kepada Allah SWT (Ubab, 2024). Tafsir tersebut berasal dari ayat Al-Quran surat At-Tahrim ayat 6:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا قُوا أَنْفُسَكُمْ وَأَهْلِيكُمْ نَارًا وَقُودُهَا النَّاسُ وَالْحِجَارَةُ عَلَيْهَا مَلَائِكَةٌ غِلَاظٌ شِدَادٌ لَا يَعْصُونَ اللَّهَ مَا أَمَرَهُمْ وَيَفْعَلُونَ مَا يُؤْمَرُونَ (٦)

Artinya:

“Wahai orang-orang yang beriman, jagalah dirimu dan keluargamu dari api neraka yang bahan bakarnya adalah manusia dan batu. Penjaganya adalah malaikat-malaikat yang kasar dan keras. Mereka tidak durhaka kepada Allah terhadap apa yang Dia perintahkan kepadanya dan selalu mengerjakan apa yang diperintahkan”. (Qs. At-Tahrim: 6)

Dari penggalan ayat tersebut dan tafsirnya dapat disimpulkan pula bahwa keluarga itu benar-benar sangat memberikan pengaruh terhadap individu. Tidak

hanya memberikan pengaruh baik untuk bekal di dunia, namun juga memberikan pengaruh terhadap bekal di akhirat kelak. Tidak hanya memberikan tuntunan yang baik di dunia, namun juga memberikan tuntunan yang baik agar di akhirat kelak tidak tersesat.

4.3.4 Media Sosial (X2) dengan Minat Berwirausaha (Y) melalui Kreativitas (Z) sebagai variabel intervening

Menurut Fortuna & Wijaya (2022) kemajuan teknologi yang saat ini berkembang sangat pesat tentu saja meringankan individu agar dapat mendirikan bisnis dengan perantara media sosial dengan sedikit modal serta dapat mempermudah komunikasi jarak jauh. Oleh karena itu dengan adanya kemajuan teknologi yang berkembang pesat ini, dapat dimanfaatkan sebagai media untuk bisnisnya.

Dalam penelitian sebelumnya, masih minim sekali adanya penekanan pada variabel kreativitas yang merupakan salah satu aspek yang dapat menghubungkan lingkungan keluarga dan media sosial dalam mempengaruhi minat berwirausaha. Dalam penelitian Bahri et al. (2023) kreativitas menjadi variabel intervening pada dampak pendidikan dan motivasi kewirausahaan terhadap ketertarikan berwirausaha, yang mana dengan adanya penelitian tersebut mampu memperkuat bahwa kreativitas mampu menjadi variabel intervening yang kami tentukan untuk penelitian ini. Penelitian ini juga mengungkap bahwa kreativitas memiliki pengaruh signifikan terhadap minat kewirausahaan.

Hasil uji mediasi yang dilakukan peneliti menunjukkan adanya hubungan signifikan antara Media Sosial dan Minat Berwirausaha melalui Kreativitas sebagai variabel intervening, yang mana artinya H4 diterima. Ini merujuk bahwa Kreativitas berperan sebagai mediasi (intervening) signifikan terhadap dampak Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha. Selain itu, karena adanya nilai signifikansi langsung dari Media Sosial ke Minat Berwirausaha, dapat dinyatakan bahwa mediasi yang terjadi dapat dianggap sebagai mediasi penuh. Ini berarti bahwa pengaruh dari penggunaan Media Sosial ke Minat Berwirausaha

sepenuhnya dimediasi oleh kreativitas, tanpa adanya pengaruh langsung yang signifikan. Kreativitas dalam hal ini menjadi faktor kunci yang mengintervening relasi antara variabel mediasi media sosial dan minat kewirausahaan.

Dalam hubungan secara langsung antara media sosial dan minat berwirausaha tidak berpengaruh signifikan. Hal ini disebabkan oleh Penggunaan media sosial ternyata belum cukup untuk meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa tanpa adanya motivasi yang langsung dan memadai. Hasil wawancara dengan beberapa responden menunjukkan bahwa media sosial hanya berfungsi sebagai perantara dalam berwirausaha dan tidak secara signifikan mempengaruhi minat mereka. Banyak responden menyatakan bahwa konten di media sosial tidak hanya berkaitan dengan jual beli, tetapi juga banyak yang tidak berhubungan dengan wirausaha.

Selain itu, beberapa responden mengungkapkan bahwa tidak semua mahasiswa memanfaatkan media sosial sebagai peluang bisnis; banyak yang lebih memilih menggunakannya untuk hiburan. Beberapa mahasiswa merasa insecure dan berpendapat bahwa berbisnis di media sosial lebih cocok untuk orang-orang tertentu. Meskipun banyak mahasiswa menggunakan media sosial lebih dari lima jam sehari, hal ini tidak berdampak pada minat mereka untuk berwirausaha. Dengan kata lain, media sosial tidak hanya menyajikan konten yang mendidik tentang kewirausahaan, tetapi juga berbagai konten lain yang kurang bermanfaat. Bahkan dari penelitan-penelitian sebelumnya juga sudah ada yang membahas bahwasannya media sosial tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha.

Kemudian, kreativitas mampu menjadi variabel mediasi dalam hubungan antara media sosial yang tidak berpengaruh langsung terhadap minat berwirausaha mahasiswa karena kreativitas mengubah paparan informasi dari media sosial menjadi ide-ide dan inovasi yang mendorong minat berwirausaha (Azka Nadya et al., 2024). Artinya, meskipun penggunaan media sosial saja tidak selalu meningkatkan minat berwirausaha, mahasiswa yang mampu memanfaatkan media sosial secara kreatif akan lebih terdorong untuk berwirausaha. Kreativitas

memungkinkan mahasiswa mengolah, memodifikasi, dan mengadaptasi informasi atau inspirasi dari media sosial menjadi peluang bisnis yang konkret, sehingga minat berwirausaha pun tumbuh melalui proses kreatif tersebut.

Studi yang dilakukan oleh Azka Nadya et al. (2024) menunjukkan bahwa kreativitas berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha, dan dapat menjadi perantara (mediasi) antara penggunaan media sosial dan minat berwirausaha. Dengan demikian, kreativitas menjembatani pengaruh media sosial yang semula tidak signifikan menjadi signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa.

Meskipun media sosial tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha dan kreativitas mampu mengintervening pengaruh variabel media sosial terhadap minat berwirausaha tentu saja dengan adanya kreativitas tersebut kita sebagai manusia bisa terus berusaha dan berkarya agar menghasilkan hasil yang sesuai dengan keinginan. Dalam Al-Qur'an dijelaskan bahwa setiap individu akan mendapatkan hasil yang sesuai dengan usaha yang dilakukan. Berikut ini ayat Al-Qur'an yang menjelaskan hal tersebut dalam prespektif islam, terdapat dalam surat An-Najm ayat 39:

وَأَنْ لَّيْسَ لِلْإِنْسَانِ إِلَّا مَا سَعَىٰ (٣٩)

Artinya:

“Bahwa manusia hanya memperoleh apa yang telah diusahakannya.” (QS. An-Najm: 39)

Kandungan ayat tersebut menurut Imam Jalaluddin Al-Mahalli dan Imam Jalaluddin As-Suyuti dalam *Tafsir Al-Jalalaini* bahwasannya beliau-beliau berpendapat bahwasanya perkara yang sesungguhnya dalam surah al-najm ayat 39 ialah seorang manusia tidak memperoleh selain apa yang telah diusahakannya. Artinya seseorang tersebut akan memperoleh kebaikan dari usaha yang baik dilakukan oleh dirinya sendiri dan tidak

akan memperoleh kebaikan sedikit pun dari apa yang diusahakan oleh orang lain (Ar-Rosyid, 2023).

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat di nyatakan setelah adanya hipotesis serta hasil yang secara langsung diolah oleh peneliti dalam penelitian mengenai Pengaruh Lingkungan Keluarga dan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Muslim di kota Malang dengan Kreativitas sebagai variabel Intervening ialah sebagai berikut:

- 1) Dari hasil uji yang dilakukan peneliti diatas menunjukkan bahwasannya lingkungan keluarga memiliki dampak signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa muslim di kota Malang. Pernyataan ini berarti bahwa dukungan keluarga yang positif memberikan bantuan yang baik terhadap individu sebagai mahasiswa untuk berwirausaha, maka secara tidak langsung mempengaruhi ketertarikan untuk berwirausaha pada mahasiswa tersebut.
- 2) Dari hasil studi yang dilakukan peneliti diatas menunjukkan bahwasannya media sosial tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap ketertarikan dalam berwirausaha mahasiswa muslim di kota Malang. Studi yang dilakukan sebelumnya, mengindikasikan bahwa media sosial berfungsi lebih sebagai perantara daripada sebagai pengaruh yang kuat terhadap minat berwirausaha. Banyak responden lebih menggunakan media sosial untuk hiburan dan konsumsi, bukan sebagai alat untuk bisnis. Meskipun mahasiswa menghabiskan lebih dari lima jam sehari di media sosial, mereka tetap tidak merasa terpengaruh untuk berwirausaha. Hal ini sejalan dengan prinsip tabayyun dalam Surat Al-Hujurat Ayat 6, yang menekankan pentingnya memilah informasi yang bermanfaat dari yang tidak, agar penggunaan media sosial dapat memberikan manfaat yang maksimal.
- 3) Dari hasil uji mediasi (intervening) dari lingkungan keluarga dengan minat berwirausaha melalui kreativitas sebagai variabel intervening menunjukkan bahwa Kreativitas tidak berperan sebagai variabel intervening pada hubungan

tersebut, sehingga H3 ditolak. Hal ini berarti bahwa pengaruh Lingkungan Keluarga terhadap Minat Berwirausaha tidak tergantung pada Kreativitas individu. Meskipun beberapa mahasiswa memiliki dukungan keluarga dan minat dalam berwirausaha, masih ada faktor lain yang berperan dalam membentuk minat tersebut. Lingkungan keluarga terbukti sebagai faktor penentu yang lebih kuat daripada kreativitas, menggarisbawahi pentingnya dukungan keluarga dalam membentuk minat berwirausaha. Tafsir Al-Qur'an menegaskan bahwa keluarga memainkan peran vital dalam membimbing individu, baik dalam aspek duniawi maupun spiritual, sehingga menjaga pengaruh positif dalam keluarga sangatlah penting untuk masa depan individu.

- 4) Dari hasil uji mediasi (intervening) dari media sosial dengan minat berwirausaha melalui kreativitas sebagai variabel intervening menunjukkan bahwa Kreativitas berperan sebagai mediasi (intervening) signifikan terhadap dampak Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha, sehingga H4 diterima. Meskipun penggunaan media sosial sendiri tidak secara langsung meningkatkan minat berwirausaha, kreativitas memungkinkan mahasiswa untuk mengubah informasi yang diperoleh dari media sosial menjadi ide dan inovasi yang mendorong minat tersebut. Penelitian ini menggarisbawahi pentingnya kreativitas dalam menjembatani pengaruh media sosial yang awalnya tidak signifikan menjadi signifikan terhadap minat berwirausaha. Dengan demikian, meskipun media sosial tidak berfungsi secara langsung, kreativitas menjadi kunci untuk mengolah informasi menjadi peluang bisnis yang konkret. Hal ini sejalan dengan prinsip dalam Al-Qur'an yang menyatakan bahwa manusia hanya akan mendapatkan hasil sesuai dengan usaha yang dilakukan.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Dalam sebuah penelitian tentu saja terdapat beberapa keterbatasan. Pada studi ini terdapat beberapa batasan dalam studi ini sebagai berikut:

- 1) Ruang lingkup studi yang diteliti oleh peneliti hanya terbatas yaitu mahasiswa muslim yang menempuh pendidikan di kota Malang

- 2) Penelitian ini menerapkan 2 variabel independen, 2 variabel dependen dan 1 variabel intervening (mediasi) yaitu: lingkungan keluarga, media sosial, minat berwirausaha, dan kreativitas.

5.3 Saran

Dari hasil dari studi yang telah dicantumkan oleh peneliti, maka dapat dihasilkan saran sebagai berikut:

- 1) Dalam studi ini hanya mencakup ruang lingkup mahasiswa muslim yang ada di kota Malang. Dengan keterbatasan ini diharapkan peneliti selanjutnya bisa memperluas jangkauan ruang lingkup penelitian agar hasilnya lebih maksimal.
- 2) Dalam studi ini menghasilkan bahwasannya media sosial tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha. Namun sebaliknya lingkungan keluarga berpengaruh terhadap minat berwirausaha. dengan demikian saran untuk mahasiswa muslim di Kota Malang lebih memaksimalkan adanya dukungan dari lingkungan keluarga untuk keberhasilan bisnisnya.
- 3) Dalam studi ini hanya menggunakan 2 variabel independen, 1 variabel dependen dan 1 variabel intervening (mediasi) yaitu: lingkungan keluarga, media sosial, minat berwirausaha, dan kreativitas. Yang mana kami berharap peneliti selanjutnya bisa menambahkan faktor lainnya yang dapat berpengaruh pada ketertarikan dalam berbisnis pada mahasiswa muslim..

DAFTAR PUSTAKA

- Abiyus, W., Heri, H., & Seswandi, A. (2023). Pengaruh Lingkungan Keluarga, Pengetahuan Kewirausahaan dan Sosial Media terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa UNILAK. *Jurnal Bisnis Kompetitif*, 1(3), 329–341. <https://doi.org/10.35446/bisniskompetif.v1i3.1281>
- Aditia, E. M., Pardiman, P., & Rahmawati, R. (2022). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Dukungan Keluarga, Dan Motivasi Prestasi Terhadap Minat Berwirausaha. *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 11(03). <https://jim.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/viewFile/17178/12938>
- Ahdiat, A. (2023). *Berapa Banyak Pelaku Wirausaha di Indonesia?* Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/ketenagakerjaan/statistik/3adb9a4b9fd2e86/berapa-banyak-pelaku-wirausaha-di-indonesia>
- Ahmad Mawardi Imron. (2024). *Tafsir Surah Thaha Ayat 132; Tanggung Jawab Manusia terhadap Keluarganya*. Bincang Syariah. <https://bincangsyariah.com/hukum-islam/ibadah/tafsir-surah-thaha-ayat-132-tanggung-jawab-manusia-terhadap-keluarganya/#:~:text=Guru bertanggung jawab atas pendidikan,Semua disesuaikan dengan kapabelitas.>
- Aisyah, E. N. (2021). Analisis tingkat kreativitas wirausaha mahasiswa melalui program komunitas entrepreneur. *IQTISHODUNA: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 17(1), 49–64.
- Ananda, E. R., & Marno, M. (2023). Analisis dampak penggunaan teknologi media sosial terhadap perilaku bullying di kalangan siswa sekolah dasar ditinjau dari nilai karakter self-confident siswa dalam konteks pendidikan. *EDUKATIF: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 5(5).
- Ananda Zahrani Putri, Christian Wiradendi Wolor, & Marsofiyati Marsofiyati.

- (2023). Faktor-Faktor Pada Mahasiswa Dalam Menumbuhkan Minat Berwirausaha. *Profit: Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(1), 22–36. <https://doi.org/10.58192/profit.v3i1.1626>
- Anjarwati, D. F. P., & Kamalia, P. U. (2024). Pengaruh Kreativitas, Kecerdasan Adversitas, dan Penggunaan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *EDUKATIF: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 6(4), 3641–3651. <https://doi.org/10.31004/edukatif.v6i4.7209>
- Aputra, A., Sukmawati, S., & Aziz, N. (2022). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Lingkungan Pergaulan, dan Media Sosial, Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa UKM Kewirausahaan Universitas Muslim Indonesia. *Tata Kelola*, 9(1), 106–125. <https://doi.org/10.52103/jtk.v9i1.875>
- Ar-Rosyid, S. (2023). *Tafsir Q.S An-Najm ayat 39*. Tanwir.Id. [https://tanwir.id/tafsir-q-s-an-najm-ayat-39-nganggur-menuai-ganjaran/#:~:text=Yang mana menurut Imam Jalaluddin,selain apa yang telah diusahakannya.](https://tanwir.id/tafsir-q-s-an-najm-ayat-39-nganggur-menuai-ganjaran/#:~:text=Yang%20mana%20menurut%20Imam%20Jalaluddin,selain%20apa%20yang%20telah%20diusahakannya.)
- Azka Nadya, W., Agrita, T. W., Dwi Prasetyo, O., Fauziah, F., & Muazza, M. (2024). Pengaruh Kreativitas dan Penggunaan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Muara Pendidikan*, 9(2), 344–349. <https://doi.org/10.52060/mp.v9i2.2387>
- Bahri, A., Haddar, G. Al, Wati, I., Imran, U. D., & Diarra, S. (2023). The Effect of Entrepreneurship Learning and Motivation on Entrepreneurial Interest: The Role of Creativity as an Intervening Variable. *Pinisi Journal of Entrepreneurship Review*, 1(3), 147–158. <https://doi.org/10.62794/pjer.v1i3.1075>
- Balaka, M. Y. (2022). *Metodologi penelitian kuantitatif* (I. Ahmaddien (ed.); Pertama). Widina Bhakti Persada.
- Candra Susanto, P., Ulfah Arini, D., Yuntina, L., Panatap Soehaditama, J., & Nuraeni, N. (2024). Konsep Penelitian Kuantitatif: Populasi, Sampel, dan

- Analisis Data (Sebuah Tinjauan Pustaka). *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 3(1), 1–12. <https://doi.org/10.38035/jim.v3i1.504>
- Darmianti, D. (2021). *Pengaruh Lingkungan Keluarga terhadap Minat Berwirausaha pada Siswa SMK Negeri 1 Pangkep*. Universitas negeri Makassar. <http://eprints.unm.ac.id/id/eprint/21131>
- Fitriana, A., & Kurniasih, N. (2021). Prestasi Belajar Mahasiswa (Studi Mahasiswa PAI yang Aktif Berorganisasi Di IAIIG Cilacap). *Jurnal Tawadhu*, 5(1), 44–58. <https://doi.org/https://doi.org/10.52802/twd.v5i1.140>
- Fortuna, F., & Wijaya, A. (2022). *Pengaruh Kreativitas Diri dan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Universitas Tarumanagara*. <https://doi.org/https://doi.org/10.24912/jmieb.xxx>
- Gayatri, N. L. (2025). *Analisis hubungan praktik kewirausahaan terhadap minat berwirausaha di kalangan mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim. <http://etheses.uin-malang.ac.id/id/eprint/75411>
- Gustina, M. (2021). *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta*. UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA. <http://repository.unj.ac.id/id/eprint/18753>
- Hasan, M., Harahap, T. K., Hasibuan, S., Rodliyah, I., Thalhah, S. Z., Rakhman, C. U., Ratnaningsih, P. W., Mattunruang, A. A., Silalahi, D. E., & Hasyim, S. H. (2023). Metode penelitian kualitatif. In M. Hasan (Ed.), *Penerbit Tahta Media* (Pertama). CV Tahta Media Group.
- Indraswati, D., Hidayati, V. R., Wulandari, N. P., & Maulya, M. A. (2021). Pengaruh penggunaan media sosial dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha mahasiswa PGSD Universitas Mataram. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 9(1), 17–34. <https://doi.org/https://doi.org/10.26740/jepk.v9n1.p17-34>

- Irvan, M., & Tato, M. S. (2022). Pengaruh Motivasi, Kreatifitas dan Inovasi Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa STIE Mujahidin Tolitoli. *Economics And Business Management Journal (EBMJ)*, 1(03), 180–190.
- Irvan, M., & Tato, M. S. (2022). Pengaruh Motivasi, Kreatifitas dan Inovasi Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa STIE Mujahidin Tolitoli. *Economics And Business Management Journal (EBMJ)*, 1(03), 180–190.
- Jabir, R. (2022). *Pemikiran M.Quraish Shihab tentang Tabayyun dalam QS Surat Al-Hujurat Ayat 6 Pada Kitab Tafsir Al-Misbah*. Institut agama islam Negeri (IAIN Palopo).
- Jumadi, R., & Mustofa, N. H. (2022). Pengaruh Media Sosial, Pendidikan Kewirausahaan, Ekspektasi Pendapatan Dan Religiusitas Terhadap Minat Bisnis. *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, 3(2), 115. <https://doi.org/10.31000/almaal.v3i2.5270>
- Kuckertz, A., Brändle, L., Gaudig, A., Hinderer, S., Morales Reyes, C. A., Prochotta, A., Steinbrink, K. M., & Berger, E. S. C. (2020). Startups in times of crisis – A rapid response to the COVID-19 pandemic. *Journal of Business Venturing Insights*, 13, e00169. <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2020.e00169>
- Kusumadewi, V. (2020). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Lingkungan Keluarga, Dan Perkembangan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha. *Jurnal Pendidikan Dan Ekonomi*, 9(2), 105–112. <https://journal.student.uny.ac.id/index.php/ekonomi/article/view/15380>
- Lombo, M. I. (2023). Peran Self Efficacy, Modal Usaha dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa dengan Pengetahuan Akuntansi Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Literasi Akuntansi*, 3(3), 116–124. <https://doi.org/https://doi.org/10.55587/jla.v3i3.109>
- Lubis, Z. (2024). *Tafsir Surat Al-Mujadalah Ayat 11: Allah Mengangkat Derajat Orang Berilmu*. NU Online. <https://islam.nu.or.id/tafsir/tafsir-surat-al-mujadalah-ayat-11-allah-mengangkat-derajat-orang-berilmu-Isbgq>

- Malhotra, N. K. (2009). Riset pemasaran. In *PT Indeks Kelompok Gramedia* (Keempat, Vol. 1). Gramedia.
- Maqdis. (2021). *Tafsir Surah Yasin Ayat 41-42: Ketika Manusia Terselamatkan dari Banjir Bandang*. Tafsiralquran.Id. <https://tafsiralquran.id/tafsir-surah-yasin-ayat-41-42-saat-manusia-selamat-dari-banjir-bandang/#:~:text=Ketika menjelaskan surah Yasin ayat,juga tidak akan pernah ada>
- McClelland, D. C. (1961). *The achieving society*. *Van No Strand*. https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=Rl2wZw9AFE4C&oi=fnd&pg=PA1&dq=mccllelland+the+achieving+society&ots=NJMhYhwED0&sig=_nEhKc3MpJXGpSmLnFnZCV8sTsg&redir_esc=y#v=onepage&q=mccllelland the achieving society&f=false
- Mugiyatun, M., & Khafid, M. (2020). Pengaruh prakerin, pendidikan kewirausahaan, dan lingkungan keluarga dengan self efficacy sebagai variabel intervening terhadap minat berwirausaha. *Economic Education Analysis Journal*, 9(1), 100–118. <https://doi.org/https://doi.org/10.15294/eeaj.v9i.1.37233>
- Musyaffi, A. M., Khairunnisa, H., & Respati, D. K. (2022). *Konsep dasar structural equation model-partial least square (sem-pls) menggunakan smartpls* (D. A. Putri (ed.); Pertama). Pascal Books. https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=KXpjEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA2&dq=menggunakan+SEM+di+smart+pls+&ots=e0Ym84rl8O&sig=QXpArwVzcMrUKY9DfCcyKINyOWw&redir_esc=y#v=onepage&q=menggunakan SEM di smart pls&f=false
- Online, N. (n.d.). *Tafsir Tahlili QS Al-Mujadilah Ayat 11*. NU Online. Retrieved January 23, 2025, from <https://quran.nu.or.id/al-mujadilah/11>
- Pakpahan, P. (2024). *Bisnis Perkafean di Kota Malang, Peluang dan Tantangan*. Kompasiana.Com. <https://www.kompasiana.com/parlinphn/67597c4534777c7014323ea2/bisnis->

perkafean-di-kota-malang-peluang-dan-tantangan?lgn_method=google&google_btn=onetap#google_vignette

- Pasaribu, R. M., & Lubis, P. K. D. (2024). Pengaruh Media Sosial dan Lingkungan Keluarga terhadap Minat Berwirausaha melalui Efikasi Diri sebagai Variabel Intervening pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi STAMBUK 2020 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran (JRPP)*, 7(4), 115144–151133. <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/jrpp.v7i4.35846>
- Permatasari, D., & Harsono, I. (2025). Analisis Pengaruh Penggunaan Media Sosial, Motivasi dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 4(1), 121–133. <https://doi.org/10.59827/jie.v4i1.215>
- Pradanimas, A., Lifia, Yuliana, I., & Rahayu, Y. S. (2024). Kesejahteraan Masyarakat Diukur Melalui Pengangguran, Inflasi dan Pertumbuhan Ekonomi di Kalimantan Tengah, Kalimantan Utara dan Kalimantan Timur. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(5), 3378–3391. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i5.775>
- Prasetio, T. (2020). Analisis Pengaruh Penggunaan Media Sosial, Motivasi Intrinsik, dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Serasi*, 18(1), 35–46. <https://journal.budiluhur.ac.id/index.php/serasi/article/view/1040>
- Pratama, A., & Idris, I. (2024). Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi, Inflasi, Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja Dan Upah Minimum Provinsi Terhadap Pengangguran Di Indonesia. *Media Riset Ekonomi Pembangunan (MedREP)*, 1(2), 136–144. <https://medrep.ppj.unp.ac.id/index.php/MedREP/article/view/31>
- Puspita, T. (2023). Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial dan Motivasi Minat Mahasiswa dalam Berwirausaha. *JMEB Jurnal Manajemen Ekonomi &*

Bisnis, 1(2), 80–89. <https://doi.org/https://doi.org/10.59561/jmeh.v1i2.95>

Putri, A. A., & Subiyantoro, H. (2024). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Efikasi Diri, dan Dukungan Keluarga terhadap Minat Berwirausaha (Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Semester VIII Universitas Bhinneka PGRI Angkatan 2020). *Jurnal Economina*, 3(8), 874–887. <https://doi.org/https://doi.org/10.55681/economina.v3i8.1458>

Qadisyah, M., Nurbaiti, N., & Tambunan, K. (2024). Pengaruh Pengetahuan, Sikap dan Motivasi Terhadap Minat Islamic Entrepreneurship Mahasiswa FEBI UIN Sumatera Utara: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara. *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan)*, 8(2), 512–525. <https://doi.org/https://doi.org/10.29408/jpek.v8i2.26505>

Rizkiawan, I. K., & Utomo, F. H. (2024). Meberdayakan Siswa SMK Muhammadiyah 6 Karanganyar sebagai Generasi Z Paham Peluang Bisnis. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(3), 4447–4451. <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/cdj.v5i3.27988>

Rokhim, A. A., Fauziah, N., Amin, S., & Nasith, A. (2022). Pengaruh lingkungan keluarga dan teman sebaya terhadap motivasi belajar siswa SMPN 3 Tumpang. *Dinamika Sosial: Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial*, 1(2), 199–208.

Rusydi, H., & Pamungkas, H. P. (2024). Pengaruh ekspektasi pendapatan dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha. *Jurnal Paradigma Ekonomika*, 19(3), 1–15. <https://doi.org/https://doi.org/10.22437/jpe.v19i2.37946>

Sahban, M. A. (2024). Pengaruh Media Sosial dan Teknologi Digital terhadap Minat Berwirausaha di Kalangan Mahasiswa Manajemen Bisnis. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran (JRPP)*, 7(3), 10485–10489. <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/jrpp.v7i3.31681>

Salma, N. S. N., & Hasaniyah, N. (2024). Bentuk-Bentuk Kreativitas:

”Meningkatkan Kesejahteraan Mental Remaja Melalui Ekspresi Seni”.
Gayatri: Jurnal Pengabdian Seni Dan Budaya, 2(1), 24–27.
<https://doi.org/10.20111/gayatri.v2i1.41>

Siagian, T. R. (2024). Peran Media Sosial Dalam Meningkatkan Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Global Leadership Organizational Research in Management*, 2(1), 101–105.
<https://doi.org/https://doi.org/10.59841/glory.v2i1.765>

Siskia, B., Satria, I. G. I. J., Darmawangsa, H., & Kurniawati, M. (2024). Pengaruh Lingkungan Keluarga terhadap Minat Mahasiswa Berwirausaha. *Dinamika Kreatif Manajemen Strategis*, 6(4).
<https://journalpedia.com/1/index.php/dkms/article/view/3614>

Sugiyono, S. (2017). *Metode penelitian kuantitatif* (19th ed.). ALFABETA, CV.

Sumerta, I. K., Redianingsih, N. K., Pranawa, I. M. B., & Indahyani, D. N. T. (2020). Pengaruh Tingkat Penggunaan Media Sosial Dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Perguruan Tinggi Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 7(9), 627.

Syafiya Fathiyannida, & Teguh Erawati. (2021). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Motivasi Kewirausahaan, Lingkungan Keluarga dan Ekspektasi Pendapatan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Akuntansi (Studi Kasus pada Mahasiswa Aktif dan Alumni Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Finansial Indonesia*, 4(2), 83–94. <https://doi.org/10.31629/jiafi.v4i2.3255>

Syukriansyah, D., Adidjaya, F. R. G., Huda, F. F., Saputra, F. D., & Fadilla, A. (2024). Dinamika Pengangguran: Analisis Perubahan dalam Pasar Tenaga Kerja Nasional. *Journal of Macroeconomics and Social Development*, 1(3), 1–7. <https://doi.org/10.47134/jmsd.v1i3.200>

Tadayon Nabavi, R., & Bijandi, M. (2012). *Bandura's Social Learning Theory &*

Social Cognitive Learning Theory.

https://www.researchgate.net/publication/367203768_Bandura's_Social_Learning_Theory_Social_Cognitive_Learning_Theory

Tingginehe, M., & Sulandjari, S. (2024). Wirausaha Sebagai Pilihan Minat Karir Mahasiswa. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 5(1), 2787–2881.

Ubab, A. J. (2024). *Tafsir Surat At-Tahrim Ayat 6: Jaga Diri dan Keluarga dari Api Neraka*. NU Online. [https://islam.nu.or.id/tafsir/tafsir-surat-at-tahrim-ayat-6-jaga-diri-dan-keluarga-dari-api-neraka-b0ZzR#:~:text=Tafsir Mafatihul Ghaib,menjauhi larangan-larangan-Nya.&text=Artinya: "Jagalah diri kalian dengan,juz XXX%2C hal 572\)](https://islam.nu.or.id/tafsir/tafsir-surat-at-tahrim-ayat-6-jaga-diri-dan-keluarga-dari-api-neraka-b0ZzR#:~:text=Tafsir Mafatihul Ghaib,menjauhi larangan-larangan-Nya.&text=Artinya:).

Wicaksono, W., Suyatin, S., & Murtiyoko, H. (2024). Determinan Minat Generasi Muda Untuk Berwirausaha: Tinjauan Literatur Sistematis. *Anthronomics: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia*, 1(3), 184–189. <https://journals.sanusantara.com/index.php/anthronomics/article/view/100>

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner

KUISISIONER

Pengaruh Lingkungan Keluarga dan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Muslim di Kota Malang dengan Kreativitas sebagai Variabel Intervening

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Perkenalkan saya Farizah Auliya Brillianty dari Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Dalam rangka penelitian akademis untuk menyelesaikan skripsi, saya mengajak bapak/ibu/saudara/saudari untuk berpartisipasi dalam pengisian kuisisioner ini. Data yang dikumpulkan akan digunakan untuk menganalisis pengaruh lingkungan keluarga dan media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa Muslim di Kota Malang. Kerahasiaan data Anda dijamin.

Kriteria Responden

1. Mahasiswa muslim universitas, Institut dan Perguruan tinggi di Kota Malang.
2. Memiliki minat dalam berwirausaha

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

IDENTITAS RESPONDEN

Nama :

Alamat E-mail :

Intitusi Pendidikan :

- UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
- Universitas Islam Malang (UNISMA)
- Universitas Muhammadiyah Malang (UMM)
- Universitas Negeri Malang (UM)
- Universitas Merdeka Malang
- Universitas Gajaana Malang
- Universitas Kanjuruhan Malang

- POLINEMA
- Universitas Terbuka Malang
- Lainnya

Besar kondisi penghasilan orang tua dalam satu bulan:

- < Rp. 2.000.000
- Rp.2.000.000-Rp.5.000.000
- Rp.5.000.000-Rp.10.000.000
- Rp.10.000.000-Rp.20.000.000
- > Rp.20.000.000

Seberapa sering saya menggunakan media sosial dalam 1 hari:

- 1-2 jam per hari
- 2-3 jam per hari
- 3-4 jam per hari
- 4-5 jam per hari
- > 5 jam per hari

I. PETUNJUK PENGISIAN KUISIONER

Berilah tanda centang (✓) jawaban yang menurut anda sesuai dengan diri anda yang sudah dicantumkan dibawah ini. Jika pilihan anda yang sudah dibeli tanda centang (✓) salah, maka cukup berikan tanda (X) pada pilihan yang salah dan centang kembali pilihan yang benar.

Jawaban	Kode	Bobot Skor
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Ragu-Ragu	RG	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

II. PERNYATAAN

No	Pernyataan	Keterangan				
		STS	TS	RG	S	SS
Variabel Lingkungan Keluarga (X1)						
1.	Saya memiliki orang tua yang mendorong saya untuk berwirausaha					
2.	Saya memiliki orang tua yang merupakan wirausahawan					
3.	Saya memiliki keluarga yang memberikan semangat dan motivasi untuk mengembangkan ide dalam berwirausaha					
4.	Saya memiliki keluarga yang selalu mendengarkan keluh kesah saya terkait berwirausaha					
5.	Saya memiliki keluarga yang mana kondisi ekonominya memberikan saya motivasi berwirausaha					
6.	Saya memiliki hubungan yang baik antar anggota keluarga					
7.	Saya sering mendiskusikan ide bisnis saya dengan keluarga					
Variabel Media Sosial (X2)						
8.	Saya mengetahui baik dan buruknya kualitas konten di media sosial					
9.	Saya terinspirasi dengan konten di media sosial untuk bisnis saya					
10.	Saya bisa menggunakan media sosial sebagai alat untuk memasarkan dan mempromosikan produk saya					
11.	Saya mengetahui seberapa efektif strategi pemasaran dan promosi yang saya lakukan di media sosial					
12.	Saya mengikuti komunitas kewirausahaan yang ada di media sosial					
13.	Saya sering berinteraksi dengan komunitas kewirausahaan tersebut					
Variabel Minat Berwirausaha (Y)						

14.	Saya memiliki pengetahuan mengenai kewirausahaan					
15.	Saya memiliki motivasi untuk berwirausaha					
16.	Saya memiliki keberanian mengambil risiko dalam berwirausaha					
17.	Saya memiliki keinginan untuk memulai dan mengembangkan usaha sendiri					
18.	Saya beranggapan bahwa menadi wirausaha itu penting dalam rencana karir masa depan					
19.	Saya memiliki keyakinan mengenai kemampuan untuk mengelola dan mengembangkan usaha saya					
20.	Saya memilki kepercayaan diri dalam menghadapi tantangan dalam berwirausaha					
21.	Saya merasa senang ketika berhasil mencapai target bisnis saya					
22.	Saya puas dengan proses dalam berwirausaha sendiri					
<i>Variabel Kreativitas (Z)</i>						
23.	Saya suka menciptakan ide-ide baru dalam berwirausaha					
24.	Saya merasa bahwa inovasi produk itu penting dalam bisnis saya					
25.	Saya memiliki kemampuan menciptakan layanan yang baik dalam usaha saya					
26.	Saya suka memperbarui layanan agar dapat meningkatkan kualitas bisnis saya					
27.	Saya mudah menerima dan mengimplementasikan ide-ide baru dalam bisnis saya					
28.	Saya sering memanfaatkan peluang baru untuk mengembangkan bisnis					
29.	Saya percaya bahwa saya mampu untuk menyelesaikan masalah bisnis saya					
30.	Saya memiliki kemampuan untuk meminimalisir adanya tantangan dalam bisnis saya di masa depan					

Lampiran 2 Data Kuisisioner

Variabel Lingkungan Keluarga (X1)

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	TOTAL X1
4	4	5	5	5	5	4	32
4	5	4	4	4	4	4	29
4	5	5	5	5	5	4	33
5	5	5	4	5	5	5	34
4	2	4	4	4	4	4	26
3	1	4	3	4	4	3	22
5	4	4	5	4	5	4	31
5	5	5	4	4	5	4	32
5	4	4	5	4	4	4	30
5	5	5	4	4	4	5	32
5	5	5	4	4	4	4	31
5	5	5	5	5	5	5	35
4	4	3	2	4	4	2	23
5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	5	5	5	5	5	35
4	2	4	4	4	4	4	26
4	4	3	2	5	3	3	24
4	4	5	4	5	4	4	30
4	5	4	5	3	4	3	28
5	5	4	3	4	5	3	29
4	2	3	4	5	5	5	28
4	5	4	4	3	4	4	28
4	4	4	4	4	4	4	28
5	5	5	5	5	5	5	35
4	2	5	3	3	4	3	24
3	5	3	3	3	5	3	25
4	2	4	4	4	5	3	26
3	3	3	3	3	5	3	23
4	4	4	4	4	4	4	28
5	4	5	4	5	5	4	32
3	2	5	5	4	5	3	27
5	5	5	4	3	4	5	31

4	5	3	5	4	5	4	30
5	4	4	5	5	4	5	32
5	4	4	5	4	4	4	30
5	4	5	4	4	5	4	31
5	1	4	4	4	5	2	25
4	2	4	4	2	4	4	24
5	5	4	5	4	5	5	33
4	3	4	3	4	4	4	26
5	5	5	5	5	4	5	34
1	4	1	1	1	5	1	14
1	1	1	1	1	5	5	15
4	2	1	1	4	1	1	14
2	4	4	4	4	5	4	27
3	4	3	4	4	2	4	24
4	4	4	3	4	4	4	27
4	4	3	3	3	4	3	24
2	5	2	2	2	5	2	20
4	3	4	3	4	5	3	26
4	4	4	4	4	5	5	30
5	2	5	5	4	5	4	30
4	2	4	3	4	4	4	25
4	4	3	3	4	3	3	24
5	5	5	5	5	5	5	35
4	5	3	4	4	4	3	27
4	4	3	5	4	5	4	29
4	5	4	5	5	4	3	30
3	4	5	4	5	4	5	30
4	3	5	3	3	4	3	25
1	3	1	1	2	2	2	12
4	5	3	4	4	5	5	30
5	5	4	4	4	4	5	31
5	4	4	5	4	4	4	30
4	5	4	4	5	4	4	30
3	2	2	2	1	3	1	14
5	5	5	4	5	4	5	33
4	4	5	4	5	5	5	32
5	4	5	3	5	5	3	30
5	4	5	3	4	4	5	30
5	4	4	5	5	5	4	32
5	5	3	5	3	4	3	28
5	4	4	4	5	4	5	31

5	3	4	3	4	3	4	26
4	4	4	4	5	4	5	30
5	5	4	4	5	4	4	31
4	4	4	4	5	4	5	30
1	1	3	1	1	1	1	9
5	5	4	4	5	4	4	31
4	4	5	5	5	5	5	33
4	3	3	5	4	3	4	26
4	4	5	4	4	4	4	29
4	5	3	4	3	4	4	27
5	2	5	4	2	3	3	24
3	5	5	3	3	4	4	27
4	5	4	5	3	3	4	28
3	5	5	3	3	4	4	27
4	5	4	4	5	4	4	30
4	5	4	4	3	4	4	28
5	4	5	5	4	4	4	31
4	4	4	5	5	5	5	32
4	4	4	4	4	5	4	29
4	2	4	4	4	4	4	26
3	4	3	4	2	4	3	23
4	4	3	5	5	4	4	29
5	4	5	3	4	5	4	30
4	3	5	3	4	3	4	26
4	5	4	4	4	4	4	29
3	5	5	3	4	4	4	28
4	4	5	5	5	5	4	32
4	5	3	4	4	4	5	29
5	4	5	3	5	3	3	28
4	3	3	5	3	4	5	27
4	5	4	4	4	4	4	29
4	4	4	4	4	5	5	30
4	4	4	4	4	5	3	28
5	4	4	5	4	4	5	31
1	1	3	1	1	1	1	9
5	5	5	4	4	5	5	33
3	2	2	2	3	1	2	15
4	4	5	4	4	4	4	29
4	5	4	5	3	4	4	29
5	5	3	5	4	3	4	29
4	5	4	4	4	4	5	30

5	5	4	4	4	5	3	30
5	4	4	5	5	4	5	32
4	4	5	4	5	5	4	31
4	5	3	4	5	5	3	29
5	4	5	5	4	4	4	31
5	4	4	4	4	5	5	31
5	5	4	4	4	4	5	31
5	5	4	4	4	4	4	30
5	2	5	4	3	3	5	27
4	4	4	5	5	5	4	31
4	5	4	5	4	3	4	29
3	4	5	4	4	5	4	29
5	3	4	3	3	4	3	25
1	3	1	1	2	2	4	14
3	5	5	3	4	4	4	28
4	5	5	5	5	5	4	33
5	5	4	3	4	4	4	29
4	4	5	4	4	5	4	30
5	5	4	4	4	4	4	30
5	5	5	3	4	1	3	26
4	4	5	4	4	4	4	29
5	5	5	4	4	3	4	30
4	4	4	5	4	4	5	30
4	4	5	3	4	4	5	29
2	4	4	3	4	4	5	26
4	4	4	4	5	4	5	30
4	4	4	4	4	5	3	28
4	5	4	4	3	4	4	28
2	3	5	5	3	3	3	24
5	4	4	5	4	5	4	31
5	5	5	5	5	5	5	35
5	4	5	4	3	5	5	31
4	5	4	5	5	5	3	31
4	5	4	3	5	3	3	27
4	3	5	4	3	3	3	25
4	3	5	4	5	4	4	29
3	4	5	3	3	5	5	28
4	5	5	4	4	3	3	28
5	4	4	3	5	5	5	31
1	1	2	1	1	1	1	8
3	3	5	4	4	5	5	29

1	1	1	3	3	1	2	12
3	5	4	3	4	3	4	26
4	4	3	4	5	5	3	28
4	4	4	5	4	4	4	29
4	5	4	4	4	4	5	30

Variabel Media Sosial (X2)

X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	TOTAL X2
4	5	4	4	4	4	25
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30
4	5	5	5	4	4	27
5	4	4	4	3	3	23
4	4	5	5	4	2	24
4	5	5	4	5	4	27
4	4	4	4	2	2	20
4	5	5	5	5	5	29
5	5	5	5	5	4	29
4	4	4	3	5	5	25
4	3	4	4	4	2	21
4	3	5	5	2	2	21
5	1	1	1	1	1	10
5	4	4	5	4	5	27
3	4	3	3	2	2	17
3	4	4	3	2	2	18
4	4	5	4	3	3	23
3	4	5	5	5	4	26
4	4	4	4	3	3	22
4	4	5	4	4	2	23
5	5	5	4	3	3	25
4	5	5	5	3	3	25
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	3	3	22
4	4	5	5	3	3	24
3	4	4	4	4	4	23
4	3	3	4	2	2	18
5	5	5	5	5	5	30

5	5	5	5	4	3	27
5	5	5	5	3	3	26
4	5	5	5	4	3	26
5	5	4	4	5	4	27
4	4	4	4	5	4	25
5	4	4	5	4	4	26
4	4	4	4	4	5	25
4	2	5	4	2	2	19
4	4	4	4	2	2	20
5	4	5	5	4	4	27
4	4	4	4	4	2	22
5	5	5	5	5	4	29
5	1	5	5	1	1	18
5	5	5	5	5	5	30
3	4	4	3	4	2	20
4	4	4	5	4	4	25
2	4	4	3	5	3	21
4	4	4	4	2	2	20
4	4	4	4	3	3	22
4	2	2	3	1	1	13
3	4	4	3	2	2	18
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	3	4	3	25
4	4	4	4	3	3	22
4	4	4	4	4	3	23
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	5	3	24
4	4	3	5	4	5	25
4	5	4	5	5	4	27
3	4	5	4	5	4	25
4	3	5	3	3	4	22
1	3	1	1	2	2	10
4	5	3	4	4	5	25
5	5	4	4	4	4	26
5	4	4	5	4	4	26
4	5	4	4	5	4	26
3	2	2	2	1	3	13
5	5	5	4	5	4	28
4	4	5	4	5	5	27

5	4	5	3	5	5	27
5	4	5	3	4	4	25
5	4	4	5	5	5	28
5	5	3	5	3	4	25
5	4	4	4	5	4	26
5	3	4	3	4	3	22
4	4	4	4	5	4	25
5	5	4	4	5	4	27
4	4	4	4	5	4	25
1	1	3	1	1	1	8
5	5	4	4	5	4	27
4	4	5	5	5	5	28
4	3	3	5	4	3	22
4	4	5	4	4	4	25
4	5	3	4	3	4	23
5	2	5	4	2	3	21
3	5	5	3	3	4	23
4	5	4	5	3	3	24
3	5	5	3	3	4	23
4	5	4	4	5	4	26
4	5	4	4	3	4	24
5	4	5	5	4	4	27
4	4	4	5	5	5	27
4	4	4	4	3	3	22
4	4	4	4	4	3	23
4	3	4	4	3	3	21
4	5	5	4	5	4	27
5	4	5	3	1	5	23
4	4	4	3	5	4	24
5	4	3	4	4	5	25
5	5	5	5	4	5	29
4	4	4	4	5	4	25
5	3	5	5	1	2	21
3	4	4	5	5	4	25
5	5	4	4	4	4	26
4	4	5	5	4	4	26
5	4	4	5	4	5	27
4	5	4	4	5	5	27
4	5	4	4	5	5	27

2	2	3	2	2	2	13
4	5	5	3	5	5	27
1	1	3	3	2	3	13
4	5	4	4	4	5	26
4	4	3	4	5	4	24
4	5	3	3	4	4	23
3	3	4	4	5	5	24
4	3	3	4	4	4	22
5	5	5	3	4	4	26
4	5	5	4	5	5	28
5	4	4	5	4	4	26
4	4	3	5	5	4	25
5	4	5	4	2	3	23
4	4	4	4	4	4	24
5	2	5	5	3	4	24
3	4	5	4	4	5	25
5	5	2	3	3	5	23
3	3	3	3	3	5	20
3	5	4	3	4	5	24
3	4	3	3	4	3	20
4	3	3	4	4	4	22
5	3	5	3	4	5	25
5	4	5	3	5	3	25
3	3	4	3	4	5	22
4	4	4	4	5	4	25
4	4	4	5	4	5	26
4	3	5	4	5	3	24
5	4	4	5	5	4	27
4	4	4	4	5	5	26
4	5	5	4	4	4	26
5	4	5	3	5	3	25
5	5	4	1	2	2	19
5	5	4	4	5	2	25
4	5	4	5	4	4	26
2	5	4	5	4	4	24
5	3	4	3	3	3	21
5	5	4	5	4	5	28
4	4	4	5	4	5	26
4	5	4	5	5	5	28

4	4	4	4	3	5	24
4	3	4	5	3	4	23
5	4	4	4	5	3	25
3	5	1	3	5	4	21
3	5	3	5	3	4	23
4	4	3	4	4	5	24
5	4	5	4	5	5	28
2	2	2	2	2	2	12
3	5	4	5	4	4	25
3	3	3	2	2	1	14
5	5	4	3	2	1	20
4	4	5	5	5	5	28
5	5	5	5	3	3	26
5	5	4	2	1	4	21

Variabel Minat Berwirausaha (Y)

Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	TOTAL Y
4	4	4	5	5	5	4	4	4	39
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
3	5	4	5	5	5	4	5	5	41
3	4	4	4	4	4	4	4	4	35
4	3	4	4	4	4	4	5	4	36
5	4	4	5	5	4	5	4	5	41
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
4	5	5	5	5	5	5	4	4	42
5	4	4	4	5	5	5	5	4	41
3	4	4	5	4	5	4	4	4	37
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
4	4	2	4	4	4	4	4	4	34
5	4	5	3	4	4	4	5	1	35
5	4	5	5	4	4	4	4	5	40
3	4	3	4	4	4	3	4	4	33
3	4	3	5	5	4	4	4	3	35
4	4	5	4	4	5	4	4	5	39
3	4	3	5	4	5	3	4	4	35
3	4	4	4	4	4	3	5	4	35
4	5	4	4	5	4	4	4	5	39

4	4	4	5	5	4	5	5	4	40
4	4	4	5	5	5	5	5	4	41
5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
4	4	3	4	4	3	3	3	4	32
3	3	3	4	5	3	3	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
4	3	4	4	2	4	4	4	4	33
5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
4	5	4	5	5	5	5	5	5	43
3	3	3	3	5	3	3	4	4	31
4	4	4	5	5	5	5	5	5	42
4	5	5	4	4	4	4	4	4	38
4	5	5	5	4	4	5	4	4	40
5	4	4	5	5	4	4	4	4	39
4	5	3	4	4	4	4	4	5	37
4	4	4	3	3	4	3	4	4	33
4	4	2	4	4	4	4	4	4	34
5	4	5	4	4	4	4	5	4	39
4	4	4	4	4	4	5	5	4	38
5	4	5	5	4	5	5	5	4	42
1	1	1	1	4	1	1	1	1	12
5	4	4	4	4	4	4	4	4	37
3	4	4	3	3	3	4	5	4	33
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
2	4	3	5	3	4	2	4	5	32
4	4	4	4	4	4	4	5	4	37
3	4	4	4	4	4	4	4	4	35
1	1	1	1	1	1	1	1	1	9
4	4	3	3	4	3	3	4	3	31
5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
4	4	4	5	5	4	4	4	5	39
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
4	4	5	5	4	4	4	4	4	38
5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
5	4	4	4	5	3	4	5	5	39
4	4	4	4	4	5	5	4	5	39
3	4	4	3	3	3	3	3	3	29
5	4	3	3	3	5	4	3	4	34
3	4	3	4	4	4	4	3	5	34

2	4	5	5	4	3	3	4	4	34
5	3	5	3	5	4	4	5	4	38
5	3	3	5	4	3	3	4	4	34
4	5	4	5	4	5	4	4	5	40
4	4	4	5	4	4	5	5	4	39
1	2	1	2	1	1	3	3	2	16
5	5	5	5	4	5	5	3	5	42
5	4	5	5	4	5	5	4	5	42
3	3	5	3	3	4	4	5	5	35
5	4	3	4	5	4	5	3	1	34
4	5	4	4	5	5	5	3	4	39
3	4	5	5	4	5	3	3	4	36
5	5	4	5	5	4	5	4	2	39
4	3	3	2	3	4	3	3	4	29
5	5	5	4	5	4	4	5	4	41
4	4	5	4	5	2	5	5	3	37
5	3	4	5	4	5	4	4	5	39
1	1	2	2	2	2	3	2	2	17
4	5	4	4	4	4	4	4	4	37
5	4	5	4	4	4	4	4	5	39
4	5	4	3	5	5	4	4	4	38
4	4	4	4	4	5	4	4	4	37
4	5	4	5	5	3	5	5	1	37
3	5	5	4	3	4	5	4	4	37
4	4	3	4	5	3	5	3	4	35
4	4	5	4	4	4	3	4	5	37
4	4	4	4	5	5	5	5	4	40
4	4	4	5	5	4	3	4	4	37
4	5	5	5	3	3	4	4	5	38
4	4	5	4	4	4	3	5	5	38
5	4	4	4	5	5	2	3	3	35
4	4	4	4	5	4	4	5	4	38
3	4	3	4	4	3	4	4	3	32
4	4	3	4	4	4	4	4	4	35
5	4	4	4	4	5	5	3	5	39
3	4	4	3	5	4	3	4	3	33
4	4	4	3	5	4	4	4	3	35
5	4	3	3	4	3	4	2	2	30
5	5	5	5	4	4	4	5	3	40

5	3	3	4	5	4	5	5	4	38
4	5	2	2	3	2	2	2	4	26
5	3	4	4	5	4	4	5	5	39
5	5	3	5	5	5	1	5	3	37
4	5	5	4	4	3	5	4	4	38
5	4	4	4	3	4	4	5	5	38
5	4	4	4	5	3	4	5	5	39
4	4	4	5	4	1	3	3	2	30
2	3	3	3	2	2	2	1	2	20
5	4	5	5	4	4	3	4	5	39
3	4	2	2	3	3	3	3	4	27
4	4	3	5	5	3	4	4	5	37
4	5	2	5	3	5	3	4	3	34
5	5	4	5	4	4	3	4	4	38
4	4	5	4	3	4	4	4	5	37
4	4	4	4	3	5	5	5	4	38
5	4	5	5	4	4	5	5	5	42
5	4	4	4	3	1	2	1	2	26
4	3	4	4	5	5	4	4	4	37
5	4	5	5	5	4	4	4	5	41
2	4	2	2	3	4	4	5	4	30
4	4	5	4	3	5	4	4	3	36
5	4	4	3	5	4	4	3	3	35
5	4	4	4	4	4	3	3	4	35
4	3	3	4	5	4	3	4	4	34
5	4	4	5	5	4	5	5	4	41
4	4	4	3	4	3	3	5	3	33
4	3	3	1	2	2	3	5	4	27
3	4	3	3	3	4	4	4	5	33
5	5	5	5	4	5	5	4	5	43
4	4	5	3	4	4	4	4	5	37
4	5	4	4	4	4	5	4	5	39
5	4	4	4	5	4	4	4	4	38
4	4	4	3	3	4	1	3	5	31
4	3	5	4	5	4	4	4	4	37
5	3	4	4	4	4	3	4	2	33
4	4	4	4	5	4	4	5	3	37
4	4	5	4	4	4	4	5	4	38
3	3	5	4	1	3	4	5	2	30

1	1	3	1	1	1	1	1	10
5	5	4	5	5	5	5	5	39
4	3	3	2	3	2	3	3	23
4	5	5	5	5	5	5	4	38
4	5	5	4	4	4	4	5	35
3	4	5	5	4	4	3	4	32
3	4	3	3	3	3	3	3	25
3	5	5	5	4	4	4	4	34
5	5	4	4	5	4	4	4	35
4	4	4	5	5	5	5	4	36
5	5	5	5	5	5	5	5	40
3	4	3	3	4	3	3	3	26
3	5	3	3	3	4	4	3	28
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	3	4	5	5	4	36
3	5	3	3	4	3	3	3	27
5	3	3	3	5	5	5	5	34
5	4	5	3	4	4	5	4	34
5	4	4	5	5	4	5	4	36
4	4	4	5	5	5	5	5	37
4	4	4	4	3	4	4	4	31
4	5	4	4	4	4	4	3	32
4	4	2	2	4	4	3	3	26
5	4	5	5	5	4	5	4	37
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	4	5	4	5	5	4	5	37
1	1	1	1	1	1	1	1	8
4	4	4	4	3	2	4	4	29
4	4	3	4	4	4	4	4	31
4	4	4	4	5	4	5	5	35
5	4	3	3	5	5	4	5	34
4	5	4	4	3	4	3	4	31
4	4	4	2	4	4	4	4	30
1	1	1	1	1	1	1	1	8
3	3	3	3	4	4	3	3	26
5	5	5	5	5	5	5	5	40
3	5	3	3	4	5	2	4	29

4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	5	5	4	4	5	5	36
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	4	3	4	4	3	33
4	5	4	4	4	4	5	5	35
5	5	4	4	5	5	4	5	37
5	4	4	4	3	4	3	3	30
4	4	4	4	3	5	4	4	32
4	3	4	3	3	3	4	4	28
4	4	3	4	4	5	5	4	33
4	4	4	4	4	3	5	5	33
5	4	4	4	5	4	1	3	30
4	4	5	5	4	4	3	5	34
3	3	4	2	2	3	3	3	23
5	5	4	5	5	4	4	3	35
5	5	4	4	4	3	1	2	28
4	5	3	4	4	5	4	4	33
5	3	4	4	3	5	4	3	31
4	5	4	5	5	4	4	5	36
4	5	5	4	5	4	4	3	34
3	2	4	2	2	3	4	4	24
3	4	3	3	1	2	2	3	21
5	5	4	4	4	3	4	4	33
4	5	4	4	3	5	4	4	33
5	5	4	4	4	5	3	4	34
2	2	3	3	3	2	2	2	19
4	4	4	5	4	3	5	4	33
4	5	3	3	4	5	4	5	33
4	5	5	3	5	5	5	1	33
5	4	4	3	5	5	3	4	33
2	4	5	2	2	3	2	2	22
5	5	4	4	4	4	4	3	33
5	5	5	5	5	4	5	5	39
4	4	5	2	5	3	5	3	31
5	5	5	5	5	4	4	4	37
5	5	4	3	3	4	3	4	31
5	4	4	5	4	3	4	4	33
4	5	4	5	5	5	4	4	36
5	4	3	3	4	5	4	3	31

4	4	4	4	4	5	4	4	33
4	4	4	3	3	4	3	3	28
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	4	5	5	2	4	5	4	32
4	4	3	4	4	5	5	5	34
5	3	4	4	5	5	4	3	33
1	5	4	5	5	4	4	4	32
5	4	3	4	4	5	5	4	34
4	4	4	5	5	4	5	3	34
4	5	5	4	4	5	4	5	36
5	3	5	5	5	5	5	4	37
4	4	3	4	4	2	4	4	29
4	4	3	4	4	4	5	4	32
4	3	3	4	5	5	5	3	32
5	5	5	5	5	4	4	3	36
3	4	3	5	4	4	5	5	33
2	1	2	3	3	2	2	4	19
4	4	5	4	4	4	5	5	35
4	2	1	4	3	3	4	4	25
5	4	4	5	5	4	4	4	35
4	5	4	4	5	5	4	5	36
5	4	4	5	4	4	5	5	36
3	3	5	4	5	4	3	3	30
5	4	4	1	2	4	3	3	26
4	5	5	3	4	3	5	5	34
2	3	3	4	3	4	3	4	26
4	5	4	4	5	4	3	1	30
5	4	5	4	4	5	4	4	35
5	4	4	4	4	4	5	4	34
5	4	3	4	4	4	5	5	34
5	4	4	3	5	4	3	5	33
4	5	1	4	4	5	4	3	30
3	4	5	4	5	4	4	4	33
4	4	5	5	4	4	4	5	35
3	5	5	5	5	4	5	5	37
3	4	5	2	3	2	5	3	27
4	4	5	4	5	4	3	5	34
4	4	4	4	4	4	5	3	32
5	4	4	3	4	4	5	4	33

4	3	3	5	4	4	4	5	32
2	2	5	2	4	3	5	4	27
4	4	1	5	4	4	4	1	27
3	5	3	5	4	4	5	2	31
2	4	4	5	4	4	4	5	32
4	2	5	4	5	4	4	4	32
5	4	4	4	4	4	4	4	33
2	4	4	4	5	4	4	4	31
4	4	3	5	5	3	3	5	32
5	4	3	4	4	5	4	5	34
5	4	5	5	5	5	5	5	39
2	2	5	5	5	4	4	5	32
3	4	4	4	3	5	4	4	31
1	1	2	5	5	5	4	5	28
5	4	4	3	5	3	4	3	31
4	3	4	4	4	5	5	1	30
3	3	3	5	3	4	5	5	31
3	4	4	5	4	5	4	5	34
4	4	4	5	5	5	5	5	37
5	4	3	2	2	5	4	4	29
5	3	4	5	5	5	4	3	34
5	4	2	5	5	5	5	1	32
4	5	5	4	5	4	4	4	35
2	2	2	2	2	2	2	3	17
4	4	4	5	1	4	4	3	29
2	5	5	3	5	4	4	3	31
4	5	4	4	5	4	5	4	35
2	1	2	2	4	5	5	3	24
5	4	5	5	3	1	2	3	28
4	4	5	4	4	3	4	4	32

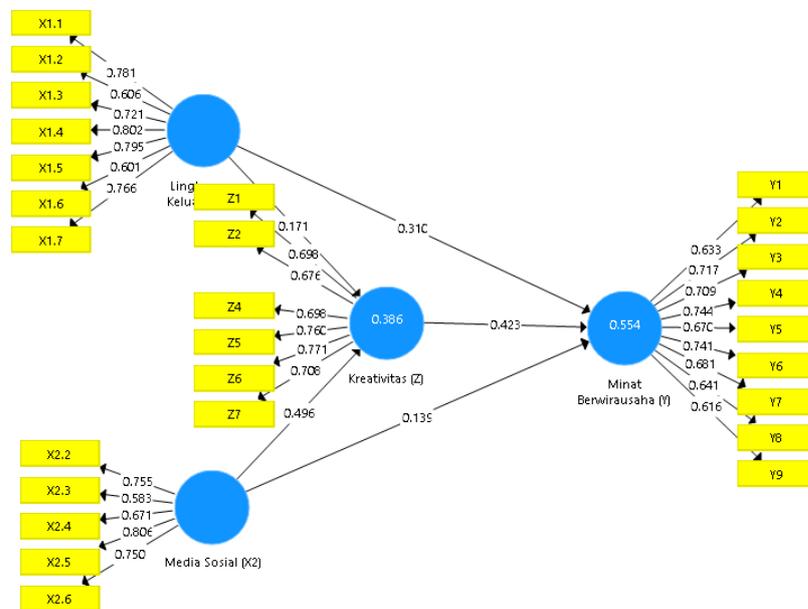
Lampiran 3 Output Smart PLS 3

Outer Loading

Uji Validitas

Convergen validity

Nilai *LOADING FACTOR*



Nilai *AVERAGE VARIANCE EXTRACTED (AVE)*

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extra...
Kreativitas (Z)	0.813	0.815	0.865	0.518
Lingkungan Ke...	0.852	0.871	0.887	0.531
Media Sosial (X2)	0.761	0.778	0.840	0.514
Minat Berwirau...	0.841	0.845	0.880	0.513

Discriminant Validity

Asumsi *Fornell-Larcker Criterion*

	Kreativitas (Z)	Lingkungan Keluarga (X1)	Media Sosial (X2)	Minat Berwirausaha (Y)
Kreativitas (Z)	0.719			
Lingkungan Ke...	0.498	0.729		
Media Sosial (X2)	0.609	0.657	0.717	
Minat Berwirau...	0.633	0.563	0.541	0.716

Asumsi Cross Loading

	Kreativitas (Z)	Lingkungan Keluarga (X1)	Media Sosial (X2)	Minat Berwirausaha (Y)
X1.1	0,2625	0,542361111	0,322916667	0,278472222
X1.2	0,202083333	0,422222222	0,275	0,209722222
X1.3	0,259027778	0,500694444	0,308333333	0,263888889
X1.4	0,279861111	0,55625	0,367361111	0,313888889
X1.5	0,304166667	0,552083333	0,348611111	0,349305556
X1.6	0,100694444	0,414583333	0,309722222	0,152083333
X1.7	0,277083333	0,53125	0,395138889	0,349305556

	Kreativitas (Z)	Lingkungan Keluarga (X1)	Media Sosial (X2)	Minat Berwirausaha (Y)
X2.2	0,35625	0,370833333	0,527777778	0,335416667
X2.3	0,278472222	0,242361111	0,407638889	0,205555556
X2.4	0,26875	0,276388889	0,464583333	0,190277778
X2.5	0,306944444	0,359722222	0,558333333	0,331944444
X2.6	0,294444444	0,365277778	0,517361111	0,247222222

	Kreativitas (Z)	Lingkungan Keluarga (X1)	Media Sosial (X2)	Minat Berwirausaha (Y)
Y2	0,324305556	0,276388889	0,259027778	0,507638889
Y3	0,322916667	0,324305556	0,286805556	0,498611111
Y4	0,343055556	0,303472222	0,355555556	0,527777778
Y5	0,263194444	0,272916667	0,291666667	0,472916667
Y6	0,345138889	0,30625	0,272222222	0,520833333
Y7	0,296527778	0,225694444	0,202777778	0,489583333
Y8	0,299305556	0,238194444	0,195138889	0,459722222

	Kreativitas (Z)	Lingkungan Keluarga (X1)	Media Sosial (X2)	Minat Berwirausaha (Y)
Z1	0,484722222	0,26875	0,285416667	0,399305556
Z2	0,469444444	0,233333333	0,258333333	0,351388889
Z4	0,483333333	0,227083333	0,320138889	0,226388889
Z5	0,528472222	0,227083333	0,307638889	0,290972222
Z6	0,536805556	0,290277778	0,344444444	0,314583333
Z7	0,490972222	0,234722222	0,310416667	0,291666667

Asumsi *HETEROTRAIT-MONOTRAIT RATIO (HTMT)*

	Kreativitas (Z)	Lingkungan Ke...	Media Sosial (...)	Minat Berwira...
Kreativitas (Z)				
Lingkungan Ke...	0.569			
Media Sosial (X2)	0.770	0.810		
Minat Berwirau...	0.753	0.636	0.652	

Uji Reliabilitas

Nilai *Cronbach's Alpha*

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extra..
Kreativitas (Z)	0.813	0.815	0.865	0.518
Lingkungan Ke...	0.852	0.871	0.887	0.531
Media Sosial (X2)	0.761	0.778	0.840	0.514
Minat Berwirau...	0.841	0.845	0.880	0.513

Nilai *Composite Reliability*

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extra..
Kreativitas (Z)	0.813	0.815	0.865	0.518
Lingkungan Ke...	0.852	0.871	0.887	0.531
Media Sosial (X2)	0.761	0.778	0.840	0.514
Minat Berwirau...	0.841	0.845	0.880	0.513

Inner model

R^2 (*R-SQUARED*)

	R Square	R Square Adjus...
Kreativitas (Z)	0.388	0.380
Minat Berwirau...	0.486	0.476

PREDIKTIVE RELEVANCE (Q²)

	SSO	SSE	Q ² (=1-SSE/SSO)
Kreativitas (Z)	960.000	809.225	0.157
Lingkungan Keluarga (X1)	1120.000	1120.000	
Media Sosial (X2)	800.000	800.000	
Minat Berwirausaha (Y)	1120.000	863.559	0.229

Uji *PATH COEFFICIENT* (Analisis Jalur)

	Original Sampl...	Sample Mean (...)	Standard Devia...	T Statistics (O/...	P Values
Kreativitas (Z) -> Minat Berwirausaha (Y)	0.438	0.444	0.107	4.108	0.000
Lingkungan Keluarga (X1) -> Kreativitas (Z)	0.171	0.206	0.161	1.065	0.287
Lingkungan Keluarga (X1) -> Minat Berwir...	0.291	0.270	0.134	2.169	0.030
Media Sosial (X2) -> Kreativitas (Z)	0.496	0.466	0.166	2.991	0.003
Media Sosial (X2) -> Minat Berwirausaha (Y)	0.083	0.105	0.139	0.601	0.548

Uji Mediasi (Intervening)

	Original Sampl...	Sample Mean (...)	Standard Devia...	T Statistics (O/...	P Values
Lingkungan Keluarga (X1) -> Kreativitas (Z) -> Minat Berwirausaha (Y)	0.075	0.096	0.084	0.897	0.370
Media Sosial (X2) -> Kreativitas (Z) -> Minat Berwirausaha (Y)	0.217	0.203	0.084	2.591	0.010

Lampiran 4 Jurnal Bimbingan



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS EKONOMI
 Gajayana 50 Malang Telepon (0341)558881 Faksimile (0341) 558881

JURNAL BIMBINGAN SKRIPSI

IDENTITAS MAHASISWA:

NIM : 210503110106
 Nama : Farizah Auliya Brillianty
 Fakultas : Ekonomi
 Program Studi : Perbankan Syariah
 Dosen Pembimbing : Dr. Fani Firmansyah, SE., M.M
 Judul Skripsi : Pengaruh Lingkungan Keluarga dan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Muslim di Kota Malang dengan Kreativitas sebagai Variabel Intervening

JURNAL BIMBINGAN

No	Tanggal	Deskripsi	Tahun Akademik	Status
1	19 November 2024	Mengganti judul yang awalnya Pengaruh lingkungan keluarga, media sosial dan kreativitas terhadap minat berwirausaha mahasiswa di kota malang menadi pengaruh lingkungan keluarga dan media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa di kota malang dnegan kreativitas sebagai variabel intervening	Ganjil 2024/2025	Sudah Dikoreksi
2	17 Desember 2024	Revisi pada Bab 3 mengenai tahap analisis data	Ganjil 2024/2025	Sudah Dikoreksi
3	6 Januari 2025	Revisi pada hipotesis	Ganjil 2024/2025	Sudah Dikoreksi
4	20 Januari 2025	Revisi	Ganjil 2024/2025	Sudah Dikoreksi
5	10 Februari 2025	Revisi	Ganjil 2024/2025	Sudah Dikoreksi
6	13 Februari 2025	Revisi	Ganjil 2024/2025	Sudah Dikoreksi
7	7 Maret	Revisi bab 4 5	Ganjil	Sudah

	2025		2024/2025	Dikoreksi
8	12 Maret 2025	Revisi bab 45	Ganjil 2024/2025	Sudah Dikoreksi
9	16 April 2025	Menambahkan kesimpulan secara kualitatif	Ganjil 2024/2025	Sudah Dikoreksi

Malang, 16 April 2025

Dosen Pembimbing



Dr. Fani Firmansyah, SE., M.M

Lampiran 5 Surat Keterangan Bebas Plagiarisme



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
 FAKULTAS EKONOMI
 Gajayana 50 Malang Telepon (0341)558881 Faksimile (0341) 558881

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Fitriyah, MM
 NIP : 197609242008012012
 Jabatan : **UP2M**

Menerangkan bahwa mahasiswa berikut:

Nama : Farizah Auliya Brillianty
 NIM : 210503110106
 Konsentrasi : Entrepreneur
 Skripsi : **Pengaruh Lingkungan Keluarga dan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Muslim di Kota Malang dengan Kreativitas sebagai Variabel Intervening**

Menerangkan bahwa penulis skripsi mahasiswa tersebut menyatakan **LOLOS PLAGIARISM** dari **TURNITIN** dengan nilai *Originaly report*:

SIMILARTY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATION	STUDENT PAPER
13%	12%	7%	5%

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan di berikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 15 Mei 2025
 UP2M



Fitriyah, MM

Lampiran 6 Hasil Cek Turnitin

skripsi Farizah

ORIGINALITY REPORT

13%

SIMILARITY INDEX

12%

INTERNET SOURCES

7%

PUBLICATIONS

5%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	6%
2	dspace.uui.ac.id Internet Source	<1%
3	jonedu.org Internet Source	<1%
4	erakini.id Internet Source	<1%
5	lib.unnes.ac.id Internet Source	<1%
6	repository.unja.ac.id Internet Source	<1%
7	tafsiralquran.id Internet Source	<1%
8	repo.undiksha.ac.id Internet Source	<1%
9	Submitted to Tarumanagara University Student Paper	<1%
10	journal.unesa.ac.id Internet Source	<1%
11	repositori.stiamak.ac.id Internet Source	<1%

12	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	<1 %
13	Submitted to Swiss German University Student Paper	<1 %
14	repository.radenfatah.ac.id Internet Source	<1 %
15	Submitted to Universitas Islam Syekh-Yusuf Tangerang Student Paper	<1 %
16	journal.uny.ac.id Internet Source	<1 %
17	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	<1 %
18	A. Rony Yulianto. "Kontribusi Lingkungan dan Pembelajaran Wirausaha dalam Menumbuhkan Minat Berwirausaha", Cakrawala: Jurnal Pendidikan, 2021 Publication	<1 %
19	Febriyanto Febriyanto, Fitriani Fitriani, Dandi Rama Setiawan. "Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Tingkat Penggunaan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Metro", Jurnal Manajemen DIVERSIFIKASI, 2023 Publication	<1 %
20	Submitted to United International University Student Paper	<1 %
21	siap.viva.co.id Internet Source	<1 %

22	repository.stei.ac.id Internet Source	<1 %
23	www.scribd.com Internet Source	<1 %
24	lailatulrosyidah.blogspot.com Internet Source	<1 %
25	radarmalang.id Internet Source	<1 %
26	repository.untar.ac.id Internet Source	<1 %
27	www.bahasaadab.com Internet Source	<1 %
28	Della Natasa Audri, Supardi Supardi, Dewi Komala Sari, Risky Eka Febriansah. "Dukungan Selebriti Gagal Mempengaruhi Keputusan Pembelian di Korea Selatan", <i>Journal of Business and Halal Industry</i> , 2024 Publication	<1 %
29	Submitted to Universitas Diponegoro Student Paper	<1 %
30	Submitted to Universitas Musamus Merauke Student Paper	<1 %
31	Submitted to Universitas Negeri Jakarta Student Paper	<1 %
32	repository.ar-raniry.ac.id Internet Source	<1 %
33	repository.ub.ac.id Internet Source	<1 %

34	repo.poltekkes-medan.ac.id Internet Source	<1 %
35	Iffa Masruroh, Jun Surjanti, Ni'matush Sholikhah. "Perceived Usefulness, Self-Efficacy, and Emotional Engagement: Does It Affect Student's Satisfaction while using the Platform?", AL-ISHLAH: Jurnal Pendidikan, 2021 Publication	<1 %
36	ejurnal.unima.ac.id Internet Source	<1 %
37	fdocuments.net Internet Source	<1 %
38	repository.uinjkt.ac.id Internet Source	<1 %
39	repository.usd.ac.id Internet Source	<1 %
40	digilib.uinsby.ac.id Internet Source	<1 %
41	jurnal.poliupg.ac.id Internet Source	<1 %
42	repository.unj.ac.id Internet Source	<1 %
43	Submitted to University of Muhammadiyah Malang Student Paper	<1 %
44	repositori.uin-alauddin.ac.id Internet Source	<1 %
	romeltea.com	

45	Internet Source	<1 %
46	Submitted to Universitas Pendidikan Ganesha Student Paper	<1 %
47	journal.unpas.ac.id Internet Source	<1 %
48	Submitted to Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia Student Paper	<1 %
49	Fitriyani Siompo, Christina Sososutiksno, Muhammad Fadillah Laitupa. "PENGARUH PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN, LINGKUNGAN KELUARGA DAN EKSPEKTASI PENDAPATAN TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA (STUDI PADA MAHASISWA AKUNTANSI UNIVERSITAS PATTIMURA AMBON)", Jurnal Akuntansi, 2023 Publication	<1 %
50	Submitted to Institut Agama Islam Al-Zaytun Indonesia Student Paper	<1 %
51	Submitted to Universitas Wiraraja Student Paper	<1 %
52	ejournal.unuja.ac.id Internet Source	<1 %
53	pasca-umi.ac.id Internet Source	<1 %
54	www.researchgate.net Internet Source	<1 %
digilib.itb.ac.id		

55	Internet Source	<1 %
56	text-id.123dok.com Internet Source	<1 %
57	123dok.com Internet Source	<1 %
58	Submitted to Universitas Sains Alquran Student Paper	<1 %
59	digilib.uinkhas.ac.id Internet Source	<1 %
60	eprints.uny.ac.id Internet Source	<1 %
61	id.123dok.com Internet Source	<1 %
62	Submitted to Asia Pacific University College of Technology and Innovation (UCTI) Student Paper	<1 %
63	Febriana Fitri, Heri Pratikno, Ludi Wishnu Wardhana. "The Influence of Entrepreneurship Education and Family Environment on Entrepreneurial Interest Through Self-Efficacy (Study on XI Class Students in The Concentration of Digital Business Expertise SMK In Kediri City)", Journal of Applied Business, Taxation and Economics Research, 2024 Publication	<1 %
64	Hernowo, Didit. "Kompetensi Manajerial Kepala Madrasah Dalam Meningkatkan Profesionalisme Guru Di Madrasah Aliyah	<1 %

Ma'arif Nu 1 Kemranjen Banyumas", Institut
Agama Islam Negeri Purwokerto (Indonesia),
2022

Publication

65	digilib.uin-suka.ac.id Internet Source	<1 %
66	digilib.unila.ac.id Internet Source	<1 %
67	digilibadmin.unismuh.ac.id Internet Source	<1 %
68	jurnal.unismuhpalu.ac.id Internet Source	<1 %
69	orbilu.uni.lu Internet Source	<1 %
70	repository.eka-prasetya.ac.id Internet Source	<1 %
71	repository.iainpurwokerto.ac.id Internet Source	<1 %
72	repository.unbari.ac.id Internet Source	<1 %
73	repository.widyatama.ac.id Internet Source	<1 %
74	Fajar, Maulana. "Penurunan non Performing Financing Berbasis Enterprise Risk Management pada Bank Islam di Indonesia", Universitas Islam Sultan Agung (Indonesia), 2024 Publication	<1 %
75	Submitted to University of Wollongong Student Paper	

76	data.radiodanz.com Internet Source	<1 %
77	garuda.ristekbrin.go.id Internet Source	<1 %
78	journal.ukmc.ac.id Internet Source	<1 %
79	journal.unimar-amni.ac.id Internet Source	<1 %
80	Komariyati Komariyati, Dedy Kurniady, Aditya Nugraha. "Model Hubungan Pola Pemberdayaan dan Pengembangan Kepribadian dengan Dinamika Kelompok Tani Lada di Kawasan Perbatasan Kalimantan Barat", <i>Journal of Integrated Agribusiness</i> , 2024 Publication	<1 %
81	Rizal Ula Ananta, Dian Citaningtyas Ari Kadi. "ANALISIS PENGARUH PENGAMBILAN KEPUTUSAN MAHASISWA BARU TERHADAP PEMILIHAN PROGAM STUDI MANAJEMAN UNIVERSITAS PGRI MADIUN TAHUN 2017", <i>Capital: Jurnal Ekonomi dan Manajemen</i> , 2018 Publication	<1 %
82	Selfia Ratna Kasih, Asep M Ramdan, Acep Samsudin. "Milennial Intention on Social Media", <i>Journal of Management and Bussines (JOMB)</i> , 2020 Publication	<1 %

83	Yesi Putri, Hedy Hardian, Desi Aulia Umami, Taufianie Rossita. "KONTRIBUSI EMPAT VARIABEL YANG BERPENGARUH DALAM PEMILIHAN STRATEGI COPING POST PARTUM DEPRESSION", Jurnal Kebidanan Malahayati, 2020 Publication	<1 %
84	eprints.perbanas.ac.id Internet Source	<1 %
85	eprints.ukmc.ac.id Internet Source	<1 %
86	eprints.uns.ac.id Internet Source	<1 %
87	eprints3.upgris.ac.id Internet Source	<1 %
88	es.scribd.com Internet Source	<1 %
89	fgulen.com Internet Source	<1 %
90	freddybrj.blogspot.com Internet Source	<1 %
91	ijm.telkomuniversity.ac.id Internet Source	<1 %
92	repository.stie-mce.ac.id Internet Source	<1 %
93	Dian Puteri Ramadhani, Indira Rachmawati, Cahyaningsih, Nidya Dudija et al. "Acceleration of Digital Innovation &	<1 %

NUSANTARA SUKOHARJO", Journal of
Business, Finance, and Economics (JBFE), 2022

Publication

- 99 Sasando, Adam. "Peningkatan Readiness for Change Berbasis Pada job Crafting, Work Engagement, dan Religiosity (Studi Kasus Pada Generasi z di Kota Semarang)", Universitas Islam Sultan Agung (Indonesia), 2024 <1 %
- Publication

- 100 Syafiya Fathiyannida, Teguh Erawati. "PENGARUH PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN, MOTIVASI BERWIRAUSAHA, LINGKUNGAN KELUARGA DAN EKSPEKTASI PENDAPATAN TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA AKUNTANSI (STUDI KASUS PADA MAHASISWA AKTIF DAN ALUMNI PRODI AKUNTANSI FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS SARJANAWIYATA", Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Finansial Indonesia, 2021 <1 %
- Publication

- 101 akhirat.net <1 %
- Internet Source

- 102 repository.radenintan.ac.id <1 %
- Internet Source

- 103 Pratama, Rizal Dwi. "Upaya Penanggulangan Kecelakaan lalu Lintas di Wilayah Hukum Kepolisian Resor kota Besar Semarang", Universitas Islam Sultan Agung (Indonesia), 2023 <1 %
- Publication

Exclude quotes On

Exclude matches Off

Exclude bibliography On

Lampiran 7 Biodata Penulis

BIODATA PENULIS



Nama : Farizah Auliya Brillianty
 Email : farizahauliya@gmail.com
 Tempat/Tanggal Lahir : Malang, 4 November 2001
 Alamat : Jl. Taman Safari 02 No.7 Prigen Pasuruan

Riwayat Pendidikan Formal

2006-2008 : TK Aisyiah Bustanul Athfal 7 Malang
 2008-2014 : MI Mambaul Khoir Prigen
 2014-2017 : MTs Darut Taqwa 02 Purwosari
 2017-2020 : MA Darut Taqwa Purwosari

Riwayat Pendidikan Non Formal

2014-2020 : Pesantren Ngalah Darut Taqwa Purwosari
 2020-2021 : Pesantren Al-Ikhlas Rembang Pasuruan

Pengalaman Organisasi

2021-2022 : Anggota Divisi Religius HMPS Perbankan Syariah UIN Malang
 2021-2022 : Anggota HTQ UIN Malang