

**PENGARUH MOTIVASI, PENGETAHUAN WIRAUSAHA, *SELF*
CONFIDENCE TERHADAP MINAT MENJADI WIRAUSAHA PADA
GEN Z**

(Studi Pada Mahasiswa Di Kota Malang)

SKRIPSI



Oleh

NAILATUS SADIYAH

NIM: 210503110138

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**

2025

**PENGARUH MOTIVASI, PENGETAHUAN WIRAUSAHA, *SELF*
CONFIDENCE TERHADAP MINAT MENJADI WIRAUSAHA PADA
GEN Z**

(Studi Pada Mahasiswa Di Kota Malang)

SKRIPSI

Diajukan Kepada:
Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang untuk Memenuhi
Salah Satu Persyaratan dalam Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (SE)



Oleh

NAILATUS SADIYAH

NIM: 210503110138

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**

2025

LEMBAR PERSETUJUAN

Pengaruh Motivasi, Pengetahuan Wirausaha, *Self Confidence* terhadap Minat Menjadi Wirausaha Pada Gen Z Studi Pada Mahasiswa di Kota Malang

SKRIPSI

Oleh

Nailatus Sadiyah

NIM : 210503110138

Telah Disetujui Pada Tanggal 15 Juni 2025

Dosen Pembimbing,



Dr. Nihayatu Aslamatis Solekah, SE., M.M

NIP. 198011092023212018

LEMBAR PENGESAHAN

Pengaruh Motivasi, Pengetahuan Wirausaha, *Self Confidence* terhadap Minat Menjadi Wirausaha Pada Gen Z Studi Pada Mahasiswa di Kota Malang

SKRIPSI

Oleh

NAILATUS SADIYAH

NIM : 210503110138

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji
Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Perbankan Syariah (S.E.)
Pada 26 Juni 2025

Susunan Dewan Penguji:

Tanda Tangan

1 Ketua Penguji

Guntur Kusuma Wardana, M.M

NIP. 199006152023211022



2 Anggota Penguji

Dr. Yayuk Sri Rahayu, M.M

NIP. 197708262008012011



3 Sekretaris Penguji

Dr. Nihayatu Aslamatis Solekah, SE., M.M

NIP. 198011092023212018



Disahkan Oleh:

Ketua Program Studi,



Dr. Yayuk Sri Rahayu, M.M

NIP. 197708262008012011

HALAMAN PERNYATAAN

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nailatus Sadiyah

NIM : 210503110138

Fakultas/Jurusan : Fakultas Ekonomi/Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat untut memenuhi persyaratan kelulusan pada Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul:

PENGARUH MOTIVASI, PENGETAHUAN WIRAUSAHA, SELF CONFIDENCE TERHADAP MINAT MENJADI WIRAUSAHA PADA GEN Z (Studi Pada Mahasiswa Di Kota Malang)

Adalah hasil karya saya sendiri, bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Selanjutnya apabila di kemudian hari ada “klaim” dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab saya sendiri. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 18 Juni 2025

Hormat saya,



Nailatus Sadiyah

NIM : 210503110138

HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik dan hidayahnya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Perbankan Syariah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Dengan rasa hormat, cinta dan syukur karya skripsi ini penulis persembahkan kepada kedua orang tua saya Bapak Sholikin dan Ibu Indri Setyo Utami yang senantiasa menjadi sumber inspirasi, kekuatan, dan motivasi utama dalam hidup penulis. Ayah dan Ibu, dalam setiap langkah dan nafas perjuangan ini, tidak pernah lepas dari bayangan wajah lelah namun penuh kasih yang kalian tunjukkan. Doa-doa kalian yang terucap dalam diam, kerja keras tanpa keluhan, dan cinta yang tiada syarat adalah anugerah terbesar yang Allah titipkan kepada saya. Tak akan pernah cukup kata untuk menggambarkan betapa besar pengorbanan dan perjuangan kalian dalam membesarkan dan mendidik penulis hingga sampai pada titik ini.

Dosen pembimbing yang penulis hormati, Ibu Dr. Nihayatu Aslamatis Solekah, SE., M.M, yang dengan penuh ketulusan, dedikasi, dan kesabaran telah membimbing penulis selama proses penyusunan skripsi ini. Setiap arahan, masukan, dan motivasi yang diberikan sangat berarti dan menjadi pijakan penting dalam menyelesaikan karya skripsi ini.

MOTTO

“Setiap langkah dalam proses yang panjang ini mengajarkan bahwa hidup bukan soal tiba paling cepat di garis akhir, tetapi bagaimana kita mampu bertahan, terus belajar, dan tidak menyerah saat rasa lelah hampir menguasai segalanya.”

(Najwa Shihab)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala rahmat, nikmat, dan petunjuk-Nya yang telah diberikan selama ini. Berkat izin-Nya, penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul *“Pengaruh Motivasi, Pengetahuan Wirausaha, Self Confidence terhadap Minat Menjadi Wirausaha pada Gen Z (Studi pada Mahasiswa di Kota Malang)”* sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Shalawat serta salam semoga tetap tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa kita dari zaman kebodohan menuju zaman yang terang dengan ilmu pengetahuan.

Skripsi ini tentu tidak akan selesai tanpa bantuan, dukungan, dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. M. Zainuddin, MA. selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Bapak Dr. H. Misbahul Munir, Lc., M.EI selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Ibu Dr. Yayuk Sri Rahayu, MM selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Dosen pembimbing, Ibu Dr. Nihayatu Aslamatis Solekah, SE., M.M, selaku dosen

pembimbing, atas bimbingan, arahan, dan masukan yang sangat membantu penulis selama proses penyusunan skripsi ini.

5. Bapak dan ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Maulana Malik Ibrahim Malang, yang telah berbagi ilmu serta pengalaman yang sangat bermanfaat bagi penulis.
6. Kedua orang tua tercinta Bapak Sholikin dan Ibu Indri Setyo Utami atas cinta, doa, dan dukungan yang tidak pernah berhenti serta selalu menjadi semangat bagi penulis dalam menjalani proses pendidikan.
7. Kepada adik penulis Muhammad Amir Hasan yang saya sayangi, yang menjadi motivasi dan alasan penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
8. Yati, Lili, Elsa, Bhita, Novi dan Lidya selaku teman dari maba yang telah kebersamai dalam setiap langkah yang dilalui, dan saling memberikan motivasi dan meningkatkan semangat serta kemudahan untuk menyelesaikan skripsi ini.
9. Kepada seseorang yang tidak kalah penting kehadirannya, terimakasih telah menjadi bagian dalam proses perjalanan penulis. Yang menemani, mendukung, serta menghibur penulis dalam kesedihan, mendengarkan keluh kesah dan meyakinkan penulis untuk pantang menyerah hingga penyusunan skripsi ini terselesaikan.
10. Terima kasih kepada diri saya sendiri Nailatus Sadiyah sudah bertahan sejauh ini, terima kasih telah melewati hari-hari yang tidak mudah, malam-malam penuh rasa ragu, dan lelah yang kadang tak terlihat. Meski banyak keraguan dan keinginan untuk menyerah.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
SURAT PERNYATAAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	vi
ABSTRAK (Bahasa Indonesia, Bahasa Inggris, Bahasa Arab).....	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1. Manfaat Teoritis.....	8
1.4.2. Manfaat Praktis.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1. Penelitian Terdahulu.....	10
2.2. Landasan Teori.....	26
2.2.1. Teori TPB.....	26
2.2.2. Pengertian Motivasi.....	29
2.2.3. Pengertian Motivasi dalam Islam.....	30
2.2.4. Pengetahuan Wirausaha.....	32
2.2.5. Pengetahuan Wirausaha dalam islam.....	33
2.2.6. <i>Self Confidence</i>	35
2.2.7. Minat Berwirausaha.....	40
2.2.8. Minat berwirausaha dalam islam.....	41
2.2.9. Generasi Z.....	42

2.3.	Pengaruh Antar Variabel.....	43
2.3.1.	Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha	43
2.3.2.	Pengaruh Pengetahuan Wirausaha Terhadap Minat Berwirausaha.....	44
2.3.3.	Pengaruh <i>Self Confidence</i> terhadap Minat Berwirausaha	46
2.3.4.	Pengaruh Motivasi, pengetahuan wirausaha <i>dan self confidence</i> terhadap minat berwirausaha.....	47
2.4.	Kerangka Konseptual	48
2.5.	Hipotesis Penelitian	50
BAB III	METODE PENELITIAN.....	51
3.1.	Jenis dan Pendekatan.....	51
3.2.	Lokasi Penelitian	51
3.3.	Populasi dan Sampel Penelitian	52
3.3.1.	Populasi.....	52
3.3.2.	Sampel.....	53
3.4.	Teknik Pengambilan Sampel	54
3.5.	Data dan Jenis Data.....	55
3.6.	Teknik Pengumpulan Data	56
3.7.	Definisi Operasional Variabel.....	57
3.7.1.	Motivasi (X1).....	57
3.7.2.	Pengetahuan Wirausaha (X2).....	58
3.7.3.	Self-confidence (X3).....	58
3.7.4.	Minat Menjadi Wirausaha (Y).....	59
3.8.	Skala Pengukuran.....	62
3.9.	Uji Instrumen	63
3.10.	Analisis Data.....	64
3.10.1.	Uji Asumsi Klasik.....	64
3.10.2.	Uji Normalitas	65
3.10.3.	Uji Heteroskedastisitas	65
3.10.4.	Uji Multikolinearitas.....	65

3.10.5. Uji Regresi Linear Berganda	66
3.10.6. Uji Hipotesis.....	67
3.10.6.1. Uji T	67
3.10.6.2. Uji F	67
3.10.6.3. Uji Koefisiensi Determinasi.....	67
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	69
4.1 Hasil Penelitian.....	69
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	69
4.1.2 Gambaran Umum Responden	70
4.1.2.1 Responden Berdasarkan Usia	70
4.1.2.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	71
4.1.2.3 Responden Berdasarkan Nilai IPK.....	72
4.1.2.4 Responden Berdasarkan Tahun Masuk Perguruan Tinggi.....	73
4.1.2.5 Responden Berdasarkan Asal Instansi	74
4.1.2.6 Responden Berdasarkan Jurusan/Program Studi.....	75
4.1.3 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	76
4.1.3.1 Variabel Motivasi (X1).....	77
4.1.3.2 Variabel Pengetahuan Wirausaha (X2)	79
4.1.3.3 Variabel Self Confidence (X3)	80
4.1.3.4 Variabel Minat Berwirausaha (Y)	81
4.1.4 Hasil Uji Instrumen Penelitian	83
4.1.4.1 Uji Validitas	83
4.1.4.2 Uji Realibilitas.....	84
4.1.5 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	85
4.1.5.1 Uji Normalitas	85
4.1.5.2 Uji Heteroskedastisitas	86
4.1.5.3 Uji Multikolinieritas.....	87
4.1.6 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	88
4.1.7 Hasil Uji Hipotesis	90

4.1.7.1 Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji T)	90
4.1.7.2 Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	91
4.2 Pembahasan Penelitian	92
4.2.1 Pengaruh Motivasi terhadap Minat Berwirausaha Gen Z di Kota Malang....	92
4.2.2 Pengaruh Pengetahuan Wirausaha terhadap Minat Berwirausaha Gen Z di Kota Malang	95
4.2.3 Pengaruh <i>Self Confidence</i> terhadap Minat Berwirausaha Gen Z di Kota Malang.....	99
4.2.4 Pengaruh Motivasi, Pengetahuan Wirausaha, dan <i>Self Confidence</i> terhadap Minat Berwirausaha Gen Z di Kota Malang.....	102
BAB V PENUTUP	104
5.1 Kesimpulan.....	104
5.2 Saran	105
DAFTAR PUSTAKA.....	107
LAMPIRAN	115

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	15
Tabel 3.1 Indikator Variabel	60
Tabel 3.2 Skala Pengukuran Likert	64
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Usia	72
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	73
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Nilai IPK	73
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Tahun Masuk Perguruan Tinggi	75
Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Asal Instansi	76
Tabel 4.6 Responden Berdasarkan Jurusan/Program Studi	77
Tabel 4.7 Frekuensi Variabel Motivasi (X1)	78
Tabel 4.8 Frekuensi Variabel Pengetahuan Wirausaha (X2)	80
Tabel 4.9 Frekuensi Variabel <i>Self Confidence</i> (X3)	81
Tabel 4.10 Frekuensi Variabel Minat Berwirausaha (Y)	82
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas	83
Tabel 4.12 Hasil Uji Realibilitas	84
Tabel 4.13 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	85
Tabel 4.14 Hasil Uji Heteroskedastisitas Glejser	86
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinieritas	87
Tabel 4.16 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	88
Tabel 4.17 Hasil Uji T	90
Tabel 4.18 Hasil Uji F	91

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	49
Gambar 4.1 Grafik Responden Berdasarkan Jenis Usia.....	72
Gambar 4.2 Grafik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	72
Gambar 4.3 Responden Berdasarkan NilaiIPK.....	73
Gambar 4.4 Responden Berdasarkan Tahun Masuk Perguruan Tinggi.....	74
Gambar 4.5 Responden Berdasarkan Asal Instansi.....	75
Gambar 4.6 Responden Berdasarkan Jurusan/Program Studi.....	76

ABSTRAK

Nailatus Sadiyah. 2025. Skripsi. Judul “Pengaruh Motivasi, Pengetahuan Kewirausahaan dan *Self-Confidence* Terhadap Minat Berwirausaha Pada Gen Z di Kota Malang”

Pembimbing : Dr. Nihayatu Aslamatis Solekah, SE., M.M

Kata Kunci : Minat berwirausaha, Generasi Z, motivasi, pengetahuan kewirausahaan, *self-confidence*

Dalam menghadapi tantangan dan peluang era digital, kewirausahaan menjadi salah satu pilihan karier yang semakin diminati oleh Generasi Z, khususnya di Indonesia. Kota Malang sebagai kota pendidikan dan pusat pertumbuhan ekonomi kreatif menawarkan lingkungan yang kondusif bagi berkembangnya minat berwirausaha di kalangan mahasiswa. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh motivasi, pengetahuan kewirausahaan, dan *self-confidence* terhadap minat menjadi wirausaha pada Generasi Z. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan teknik *purposive sampling*. Sampel terdiri dari 157 mahasiswa yang berasal dari Universitas Brawijaya, Universitas Negeri Malang, UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, dan Politeknik Negeri Malang. Data dikumpulkan melalui kuesioner online menggunakan *Google Form*. Hasil analisis menunjukkan bahwa motivasi, pengetahuan kewirausahaan, dan *self-confidence* berpengaruh signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap minat berwirausaha.

ABSTARCT

Sadiyah. 2025. *Thesis. Title “The Influence of Motivation, Entrepreneurial Knowledge and Self-Confidence on Entrepreneurial Interest in Gen Z in Malang City”*

Advisor : Dr. Nihayatu Aslamatis Solekah, SE., M.M

Keywords : *Entrepreneurial interest, Generation Z, motivation, entrepreneurial knowledge, self-confidence*

In facing the challenges and opportunities of the digital era, entrepreneurship has become one of the career choices that is increasingly in demand by Generation Z, especially in Indonesia. Malang City as a city of education and a center for creative economic growth offers a conducive environment for the development of entrepreneurial interest among students. This study aims to analyze the influence of motivation, entrepreneurial knowledge, and self-confidence on the interest in becoming an entrepreneur in Generation Z. The method used is quantitative with a purposive sampling technique. The sample consisted of 157 students from Brawijaya University, Malang State University, UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, and Malang State Polytechnic. Data were collected through an online questionnaire using Google Form. The results of the analysis show that motivation, entrepreneurial knowledge, and self-confidence have a significant influence both partially and simultaneously on entrepreneurial interest.

خلاصة

نائلة سعدية. 2025. أطروحة. عنوان تأثير الدافع والمعرفة الريادية والثقة بالنفس على الاهتمام الريادي لدى جيل Z في مدينة مالانج
المشرف: د. نهاياتو أسلاماتيس سوليكا، SE. M.M.
الكلمات المفتاحية: الاهتمام بريادة الأعمال، جيل زي، الدافع، المعرفة الريادية، الثقة بالنفس

في مواجهة تحديات وفرص العصر الرقمي، أصبحت ريادة الأعمال خيارًا مهنيًا مطلوبًا بشكل متزايد من قبل الجيل زي، وخاصة في إندونيسيا. تعتبر مدينة مالانج مدينة تعليمية ومركزًا للنمو الاقتصادي الإبداعي وتوفر بيئة مواتية لتنمية الاهتمامات الريادية بين الطلاب. تهدف هذه الدراسة إلى تحليل تأثير الدافع والمعرفة الريادية والثقة بالنفس على الرغبة في أن يصبح رائد أعمال في الجيل زي. الطريقة المستخدمة هي كمية مع تقنية أخذ العينات الهادفة. تكونت العينة من 157 طالبًا من جامعة براويجايا، وجامعة ولاية مالانج، وجامعة مولانا مالك إبراهيم مالانج، وجامعة ولاية مالانج للفنون التطبيقية. تم جمع البيانات من وتظهر نتائج التحليل أن الدافع والمعرفة الريادية Google خلال استبيان عبر الإنترنت باستخدام نموذج والثقة بالنفس لها تأثير كبير جزئيًا وفي نفس الوقت على الاهتمام الريادي.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam dua dekade terakhir, Usaha Mikro Kecil Menengah atau UMKM telah menjadi pendorong utama pertumbuhan ekonomi di berbagai negara di dunia. Laporan dari Global Entrepreneurship Monitor (GEM) menunjukkan bahwa kegiatan kewirausahaan telah meningkat secara signifikan, terutama di negara-negara berkembang. Pada tahun 2023, diperkirakan lebih dari 300 juta orang di seluruh dunia aktif dalam kegiatan kewirausahaan, mencakup sektor teknologi, manufaktur, hingga ekonomi kreatif. Hal ini menunjukkan bahwa kewirausahaan bukan hanya alat untuk menciptakan lapangan kerja, tetapi juga solusi untuk meningkatkan daya saing global (Hil et al., 2024).

Selain itu, kemajuan teknologi telah memberikan dampak besar pada pengembangan kewirausahaan. Transformasi digital dan inovasi seperti *artificial intelligence* (AI), big data, dan *Internet of Things* (IoT) memungkinkan wirausahawan untuk mengakses pasar global secara lebih mudah. Laporan dari (McKinsey, 2022) mengungkapkan bahwa wirausahawan yang memanfaatkan teknologi memiliki tingkat keberhasilan 40% lebih tinggi dibandingkan mereka yang tidak memanfaatkannya. Dengan demikian, kewirausahaan global semakin terintegrasi dengan perkembangan teknologi modern.

Namun, meskipun potensi besar tersebut, kewirausahaan global juga menghadapi berbagai tantangan. Di antaranya adalah ketidaksetaraan akses terhadap pendanaan, khususnya di negara-negara berkembang. World Bank

(2022) melaporkan bahwa hanya 20% dari wirausahawan di negara berkembang yang dapat mengakses pendanaan formal. Selain itu, faktor regulasi dan birokrasi sering kali menjadi hambatan signifikan, mengurangi minat masyarakat untuk memulai usaha baru.

Studi yang dilakukan oleh Deloitte (2023) menunjukkan bahwa 60% generasi milenial dan Gen Z di negara-negara maju memilih kewirausahaan sebagai karier yang diinginkan. Motivasi utama mereka meliputi kebebasan finansial, fleksibilitas kerja, dan kesempatan untuk menciptakan dampak sosial positif. Fenomena ini mengindikasikan bahwa kewirausahaan tidak lagi sekadar aktivitas ekonomi, tetapi juga merupakan gaya hidup dan sarana untuk memberdayakan komunitas.

Kebijakan pemerintah juga memainkan peran penting dalam mendukung kewirausahaan global. Berbagai negara telah memperkenalkan inisiatif seperti insentif pajak, pendanaan startup, dan program pelatihan. Sebagai contoh, Uni Eropa meluncurkan Horizon Europe, sebuah program pendanaan penelitian dan inovasi sebesar €95,5 miliar untuk periode 2021-2027, yang sebagian besar diarahkan untuk mendukung kewirausahaan berbasis teknologi (European Commission, 2023).

Di Indonesia sendiri kewirausahaan semakin menjadi perhatian utama sebagai strategi untuk meningkatkan perekonomian nasional. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, jumlah wirausahawan di Indonesia pada tahun 2022 mencapai 3,47% dari total populasi, meningkat dibandingkan tahun 2021 yang hanya sebesar 3,18% (Kementerian Koperasi & UMKM, 2022). Peningkatan ini mencerminkan efektivitas berbagai kebijakan pemerintah

dalam mendukung pertumbuhan sektor kewirausahaan.

Salah satu kebijakan strategis pemerintah adalah target meningkatkan jumlah wirausahawan menjadi 4% dari total populasi pada tahun 2024. Kebijakan ini diwujudkan melalui berbagai program, seperti Kredit Usaha Rakyat (KUR), pelatihan kewirausahaan berbasis digital, dan dukungan terhadap usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Selain itu, pemerintah juga memperkenalkan program "Gerakan Nasional 1.000 Startup Digital" untuk mendorong munculnya lebih banyak wirausahawan berbasis teknologi.

Meski demikian, tantangan dalam kewirausahaan di Indonesia tetap ada. Faktor seperti rendahnya literasi keuangan, keterbatasan akses terhadap teknologi, dan regulasi yang kompleks masih menjadi kendala utama. Sebagai solusi, pemerintah terus berupaya memperbaiki ekosistem kewirausahaan, termasuk melalui kolaborasi dengan sektor swasta dan lembaga pendidikan. Generasi muda memainkan peran penting dalam perkembangan kewirausahaan di Indonesia. Generasi Z, sebagai kelompok yang lahir di era digital, memiliki potensi besar dalam mendukung pertumbuhan kewirausahaan. Mereka dikenal lebih adaptif terhadap teknologi dan cenderung memiliki orientasi inovatif dibandingkan generasi sebelumnya (Dewi & Subroto, 2020).

Menurut penelitian Aziza (2022), sekitar 70% Gen Z lebih memilih menjadi wirausaha daripada bekerja di perusahaan konvensional. Hal ini menunjukkan perubahan paradigma terkait pilihan karier, di mana mereka tidak hanya mencari pekerjaan, tetapi juga berusaha menciptakan peluang kerja bagi diri sendiri dan masyarakat. Berdasarkan laporan BPS (2024), jumlah wirausahawan muda terus meningkat secara signifikan, dengan pertumbuhan

tahunan rata-rata sebesar 7,5% sejak tahun 2021. Pada tahun 2024, diperkirakan lebih dari 15% dari total wirausahawan di Indonesia berasal dari kelompok usia di bawah 35 tahun.

Peningkatan ini didukung oleh perkembangan teknologi dan media sosial, yang memberikan peluang bagi generasi muda untuk mengembangkan usaha mereka secara kreatif. Selain itu, berbagai program pemerintah, seperti pelatihan kewirausahaan bagi pelajar dan mahasiswa, telah memberikan kontribusi besar terhadap peningkatan jumlah wirausahawan muda. Program seperti Kartu Prakerja dan pelatihan UMKM berbasis digital menjadi contoh nyata dari upaya pemerintah dalam mendukung wirausaha muda. Tidak hanya itu, generasi muda Indonesia juga semakin tertarik pada sektor kewirausahaan sosial. Mereka tidak hanya fokus pada keuntungan finansial, tetapi juga pada menciptakan dampak sosial positif. Fenomena ini menunjukkan bahwa wirausahawan muda Indonesia memiliki potensi besar untuk berkontribusi pada pembangunan berkelanjutan.

Dalam mengambil keputusan untuk berwirausaha, generasi Z membutuhkan pertimbangan yang rasional dan logis untuk mencapai hasil yang optimal. Salah satu konsep yang relevan dalam hal ini adalah *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang dikemukakan oleh Ajzen (1991). *Theory of Planned Behavior* (TPB) terdiri dari *Attitude*, *Subjective norms*, *Perceived behavioral control* yang dimanifestasikan dengan *self confident* (Ajzen, 1991). TPB ini juga digunakan untuk memahami motivasi dan pengetahuan individu terhadap perilaku yang bukan dibawah kendali atau atas kemauan diri.

Menurut Alimuddin et al (2023) Gen z yang lahir dalam era digital,

memiliki potensi besar dalam mendorong pertumbuhan kewirausahaan. Mereka lebih adaptif terhadap teknologi dan cenderung memiliki orientasi inovatif dibandingkan generasi sebelumnya. Namun, terdapat penelitian lain yang membahas faktor-faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha. Sebagai contoh, studi oleh Widianingsih (2021) meneliti pengaruh kepribadian wirausaha, ekspektasi pendapatan, dan motivasi terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Selain itu, penelitian oleh Adawiyah et al. (2022) menganalisis determinan minat wirausaha pada mahasiswa. Meskipun demikian, penelitian spesifik yang mengaitkan motivasi tinggi dengan pengaruh negatif dari ketidakstabilan ekonomi dan ketidakpastian pasar terhadap minat berwirausaha belum ditemukan dalam sumber-sumber tersebut.

Selain itu, Studi oleh Kurniawan et al. (2019) menunjukkan bahwa individu dengan pengetahuan kewirausahaan yang baik memiliki tingkat keberhasilan usaha yang lebih tinggi. Peningkatan pengetahuan kewirausahaan dapat dilakukan melalui pendidikan formal maupun informal. Program pelatihan kewirausahaan yang diselenggarakan oleh pemerintah, perguruan tinggi, atau komunitas bisnis menjadi salah satu cara efektif untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat dalam bidang ini. Namun, studi oleh Rahayu, S.S., (2021) meneliti pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap intensi berwirausaha dengan mediasi *self-efficacy*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *self-efficacy* memediasi hubungan antara pengetahuan kewirausahaan dan intensi berwirausaha, menunjukkan pentingnya kepercayaan diri dalam konteks ini.

Selain itu, penelitian oleh Trihudyatmanto, M. (2023) menganalisis

dimensi kepercayaan diri terhadap minat berwirausaha. Hasilnya menunjukkan bahwa keberanian mengambil risiko dan merasa memiliki kompetensi berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha. Penelitian-penelitian ini mengindikasikan bahwa selain pengetahuan kewirausahaan, faktor seperti kepercayaan diri dan keberanian mengambil risiko memainkan peran penting dalam meningkatkan minat.

Menurut penelitian oleh Hanandeh et al. (2024) self-confident memiliki korelasi positif yang signifikan dengan keberhasilan usaha. Kepercayaan diri dapat ditingkatkan melalui pengalaman langsung, seperti magang atau partisipasi dalam kompetisi kewirausahaan. Selain itu, dukungan dari lingkungan sekitar juga dapat membantu membangun kepercayaan diri individu. Hanandeh et al., (2024) juga menemukan bahwa self-confident memiliki korelasi positif dengan keberanian untuk mengambil risiko dan mengimplementasikan ide-ide kreatif dalam bisnis.

Penelitian oleh Fauzan, et al. (2023) menyatakan bahwa kepribadian, motivasi, dan lingkungan sosial secara bersama-sama memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Secara parsial, kepribadian dan lingkungan sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha, sementara motivasi menunjukkan pengaruh positif namun tidak signifikan.

Namun, penelitian-penelitian diatas belum secara spesifik membahas interaksi antara motivasi, pengetahuan kewirausahaan, dan self-confidence dalam membentuk minat berwirausaha pada Gen Z. Selain itu, penelitian sebelumnya lebih banyak menyoroti aspek individu atau lingkungan secara

terpisah tanpa mengkaji keterkaitan ketiga faktor tersebut secara simultan.

Berdasarkan gap penelitian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji lebih dalam pengaruh motivasi, pengetahuan kewirausahaan, dan *self-confidence* terhadap minat berwirausaha pada Gen Z di Kota Malang. Dengan memperkuat kajian teoritis serta menguji variabel yang relevan secara bersamaan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik dan praktis dalam mendukung pengembangan ekosistem kewirausahaan yang lebih baik bagi generasi muda di Indonesia.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan konteks yang telah diuraikan, rumusan masalah yang diajukan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Apakah motivasi berpengaruh terhadap minat berwirausaha pada Gen Z Di Kota Malang?
2. Apakah pengetahuan kewirausahaan berpengaruh terhadap minat berwirausaha Gen Z Di Kota Malang?
3. Apakah *self confidence* berpengaruh terhadap minat berwirausaha Gen Z Di Kota Malang?
4. Apakah motivasi, pengetahuan wirausaha dan *self confidence* berpengaruh secara simultan terhadap minat berwirausaha Gen Z Di Kota Malang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah sebagai berikut :

1. Menganalisis pengaruh motivasi terhadap minat berwirausaha gen Z di kota Malang

2. Menganalisis pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha gen Z di Kota Malang
3. Menganalisis pengaruh *self confidence* terhadap minat berwirausaha gen Z di Kota Malang
4. Menganalisis pengaruh simultan motivasi, pengetahuan kewirausahaan dan *self confidence* terhadap minat berwirausaha Gen Z di Kota Malang

1.4 Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini, terdapat manfaat baik secara teoritis maupun praktis yang diharapkan:

1.4.1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi motivasi, pengetahuan dan wawasan tentang kewirausahaan Generasi Z serta kepercayaan diri (*self-confidence*) dalam konteks psikologi sosial, dan menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

1.4.2. Manfaat Praktis

1. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi panduan praktis dalam memahami kewirausahaan Generasi Z.

2. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang signifikan, terutama bagi Generasi Z yang tertarik dalam dunia kewirausahaan. *Pertama*, hasil penelitian akan memberikan gambaran yang jelas, saran yang bermanfaat, dan motivasi yang kuat kepada Generasi Z tentang betapa pentingnya memahami motivasi serta

kepercayaan diri dalam membangun hubungan bisnis yang sukses dan mengelola usaha dengan baik. *Kedua*, penelitian ini juga dapat menjadi sumber inspirasi dan pembelajaran bagi mereka yang ingin mengembangkan pemahaman pengetahuan wirausaha bagi Gen Z, sambil menanamkan nilai-nilai kepercayaan diri yang kokoh dalam menjalankan bisnis mereka. *Terakhir*, di era Revolusi Industri 4.0, penelitian ini diharapkan mendorong Generasi Z untuk mengembangkan kepribadian kewirausahaan yang tangguh, sehingga mereka dapat mencapai kesejahteraan melalui kesuksesan, kemandirian, dan keyakinan diri yang kuat dalam menghadapi tantangan bisnis.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu

Penelitian oleh Garaika et al., (2019) terkait memahami faktor-faktor yang memengaruhi niat kewirausahaan di kalangan pengusaha muda. Dengan menggunakan survei kuesioner terhadap 200 responden, mereka menemukan bahwa *self-efficacy*, *self-personality*, dan *self-confidence* merupakan faktor utama yang mendorong niat kewirausahaan. Selain itu, pendidikan dan keberadaan role model secara signifikan meningkatkan *self-efficacy*, yang kemudian memengaruhi niat individu untuk berwirausaha. Hasil penelitian ini menegaskan pentingnya pendidikan kewirausahaan dan role model dalam membangun generasi muda yang percaya diri untuk memulai usaha.

Endang (2024) meneliti pengaruh pendidikan kewirausahaan dan motivasi berwirausaha terhadap minat siswa. Dalam penelitian ini, data dikumpulkan melalui kuesioner dari 72 siswa di SMA Negeri 2 Pangkep. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan memainkan peran penting dalam memberikan pemahaman tentang bisnis, sedangkan motivasi berwirausaha meningkatkan keinginan siswa untuk menjadi wirausaha. Oleh karena itu, integrasi pendidikan kewirausahaan ke dalam kurikulum sangat diperlukan untuk menumbuhkan minat berwirausaha di kalangan siswa.

Selanjutnya, Usman & Isnaeni (2020) mengevaluasi kontribusi motivasi, *self-efficacy*, lingkungan keluarga, dan pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Dengan melibatkan 200 responden menggunakan teknik

convenience sampling, penelitian ini menemukan bahwa keempat variabel tersebut memiliki pengaruh signifikan. Namun, motivasi berwirausaha memiliki dampak terbesar, diikuti oleh lingkungan keluarga yang mendukung. Penelitian ini memberikan rekomendasi untuk memperkuat motivasi dan lingkungan keluarga guna meningkatkan minat kewirausahaan.

Tidak jauh berbeda, Septianti & Putri (2023) mengkaji hubungan antara motivasi berwirausaha, self-confidence, dan kreativitas terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Penelitian ini menggunakan pendekatan campuran dengan melibatkan 200 mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Hasilnya menunjukkan bahwa self-confidence memberikan pengaruh terbesar terhadap minat berwirausaha, diikuti oleh motivasi dan kreativitas. Berdasarkan temuan ini, penguatan kepercayaan diri melalui pelatihan kewirausahaan sangat dianjurkan.

Selanjutnya, Fawwaz et al., (2024) mempelajari pengaruh self-confidence terhadap keberhasilan berwirausaha di kalangan generasi milenial. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier sederhana untuk mengevaluasi hubungan tersebut. Hasilnya menunjukkan bahwa tingkat self-confidence yang tinggi berkontribusi langsung pada kesuksesan kewirausahaan. Oleh karena itu, program pengembangan diri yang berfokus pada peningkatan kepercayaan diri sangat diperlukan untuk mendukung keberhasilan wirausaha.

Agustin et al., (2020) meneliti pengaruh motivasi dan mental wirausaha terhadap minat mahasiswa untuk berwirausaha. Dalam penelitian ini, desain explanatory research digunakan untuk menganalisis data. Temuan penelitian menunjukkan bahwa motivasi berwirausaha memiliki pengaruh signifikan terhadap

minat mahasiswa, sedangkan mental wirausaha membantu mereka menghadapi risiko bisnis. Oleh karena itu, diperlukan dukungan institusi pendidikan dalam membangun motivasi dan mental kewirausahaan yang tangguh.

Di sisi lain, Julindrastuti & Karyadi (2022) mengkaji peran motivasi dan lingkungan keluarga terhadap minat mahasiswa untuk berwirausaha. Dengan menggunakan survei dan purposive sampling, penelitian ini menemukan bahwa lingkungan keluarga memberikan pengaruh yang lebih besar dibandingkan motivasi individu. Lingkungan keluarga yang mendukung terbukti mampu menciptakan suasana kondusif bagi mahasiswa untuk mengeksplorasi potensi kewirausahaan mereka.

Selanjutnya, Muzakki et al. (2022) mengevaluasi pengaruh pengetahuan kewirausahaan dan self-efficacy terhadap minat berwirausaha melalui motivasi kewirausahaan. Dalam penelitian ini, pendekatan kuantitatif dengan path analysis digunakan untuk menganalisis data dari 105 santri. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pengetahuan kewirausahaan dan self-efficacy memainkan peran penting dalam membangun motivasi, yang pada akhirnya memengaruhi minat santri untuk berwirausaha.

Tidak hanya itu, Sugianingrat et al. (2020) meneliti pengaruh pendidikan kewirausahaan, lingkungan keluarga, dan self-efficacy terhadap minat berwirausaha mahasiswa Universitas Hindu Indonesia. Dengan menggunakan survei terhadap 79 mahasiswa, mereka menemukan bahwa pendidikan kewirausahaan memberikan pemahaman mendalam tentang dunia usaha, sementara lingkungan keluarga memberikan dukungan emosional. Temuan ini menyoroti

perlunya penguatan pendidikan kewirausahaan dan peran aktif keluarga dalam mendukung minat berwirausaha.

Oviawe et al (2025) mengeksplorasi pengaruh entrepreneurial passion, self-confidence, dan entrepreneurial self-identity terhadap niat kewirausahaan mahasiswa vokasi. Penelitian ini menggunakan data dari 281 mahasiswa di dua universitas Nigeria. Hasilnya menunjukkan bahwa entrepreneurial self-identity memberikan dampak terbesar terhadap niat kewirausahaan, diikuti oleh self-confidence dan entrepreneurial passion. Penelitian ini merekomendasikan pengembangan kurikulum kewirausahaan yang lebih holistik dan mendalam.

Kemudian, Maulida & Dhanita (2012) mempelajari cara meningkatkan kepercayaan diri siswa SMK melalui pendekatan interpersonal dan motivasi kewirausahaan. Dengan menggunakan wawancara mendalam dan diskusi interaktif, penelitian ini menunjukkan bahwa motivasi yang diberikan melalui metode interpersonal dapat secara signifikan meningkatkan kepercayaan diri siswa. Hal ini memberikan kontribusi positif dalam mempersiapkan siswa menghadapi tantangan dunia usaha.

Widiastuty & Rahayu (2021) menilai pengaruh sikap mandiri, lingkungan keluarga, motivasi, dan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa di Purwokerto. Dengan menggunakan data primer dari mahasiswa, penelitian ini menemukan bahwa keempat variabel tersebut berkontribusi signifikan terhadap minat berwirausaha. Hasil ini memberikan wawasan penting bagi institusi pendidikan untuk mengembangkan program yang mendukung sikap mandiri dan motivasi kewirausahaan.

Novianti dan Habra (2022) meneliti hubungan antara motivasi dan mentalitas kewirausahaan terhadap minat berwirausaha di kalangan pedagang kaki lima. Dalam penelitian ini, analisis regresi berganda digunakan untuk mengevaluasi data dari 49 pedagang kaki lima. Temuan menunjukkan bahwa motivasi dan mentalitas kewirausahaan secara signifikan memengaruhi minat berwirausaha. Oleh karena itu, pelatihan kewirausahaan untuk pelaku sektor informal sangat diperlukan. Rakib et al (2020) mengkaji pengaruh literasi kewirausahaan, self-efficacy, dan karakter kewirausahaan terhadap minat siswa vokasi. Dengan pendekatan kuantitatif, penelitian ini menunjukkan bahwa literasi kewirausahaan memainkan peran penting dalam membangun pemahaman siswa tentang bisnis. Selain itu, self-efficacy membantu siswa merasa lebih percaya diri untuk memulai usaha. Penelitian ini memberikan rekomendasi untuk meningkatkan literasi kewirausahaan di tingkat sekolah vokasi.

Terakhir, Saryadi et al., (2024) meneliti hubungan antara pengetahuan kewirausahaan, *self-efficacy*, dan motivasi terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Dengan menggunakan path analysis, penelitian ini menemukan bahwa *self-efficacy* dan pengetahuan kewirausahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha, baik secara langsung maupun melalui motivasi sebagai variabel intervening. Temuan ini menegaskan perlunya penguatan program kewirausahaan di perguruan tinggi untuk menciptakan lingkungan yang kondusif bagi pengembangan minat mahasiswa.

Penelitian sebelumnya tentang topik yang dibahas memainkan peran penting dalam mendukung teori-teori yang ada dalam penelitian ini. Peneliti

menyertakan hasil penelitian tersebut sebagai referensi, bahan pertimbangan, dan panduan dalam proses pengambilan keputusan. Penelitian sebelumnya dipilih karena relevan dan berguna sebagai acuan dalam pelaksanaan penelitian ini, dan karena mereka memudahkan pembaca untuk memahami lebih lanjut. Hasil penelitian sebelumnya disajikan dalam Tabel 2.1.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama, Tahun dan Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Kesimpulan
1.	(Endang, 2024) Education And Entrepreneurship Motivation: Do They influence Students' Entrepreneurial Interest.	Variabel Independen: 1. Pendidikan Kewirausahaan (X1) 2. Motivasi Berwirausaha (X2) Variabel Dependen: 3. Minat Berwirausaha (Y)	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang diberikan kepada 72 siswa dari populasi 259 siswa kelas X di SMA Negeri 2 Pangkep. Analisis data dilakukan menggunakan analisis statistik deskriptif, uji instrumen, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis.	Pendidikan kewirausahaan dan motivasi berwirausaha memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berwirausaha siswa. Hal ini menunjukkan pentingnya pendidikan kewirausahaan dalam meningkatkan minat berwirausaha di kalangan siswa, serta perlunya penguatan motivasi berwirausaha untuk mencapai hasil yang lebih baik dalam pengembangan minat kewirausahaan.

2.	(Usman & Isnaeni, 2020) The Effect of Motivation, Self-Efficacy, Family Environment, and Education of Entrepreneurship to Business Interest.	Variabel Independen: 1. Motivasi 2. Self-Efficacy 3. Lingkungan Keluarga 4. Pendidikan Kewirausahaan Variabel Dependen: 5. Minat kewirausahaan	Penelitian ini menggunakan metode survei dengan pendekatan kuantitatif. Dengan sampel 200 responden diambil menggunakan teknik Convenience Sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan Smart PLS (Partial Least Square).	Penelitian ini menyimpulkan bahwa faktor-faktor seperti motivasi, self-efficacy, lingkungan keluarga, dan pendidikan kewirausahaan memiliki dampak yang signifikan dalam membentuk minat individu untuk berwirausaha. Oleh karena itu, penting untuk memperhatikan dan mengembangkan faktor-faktor ini untuk meningkatkan minat kewirausahaan di kalangan mahasiswa dan individu lainnya.
----	---	--	--	---

3.	(Septianti & Putri, 2023) Motivasi Berwirausaha, Self-Confidence dan Kreativitas Terhadap Minat Wirausaha.	Variabel Independen: 1. Motivasi Berwirausaha 2. Self-Confidence 3. Kreativitas Variabel Dependen: 4. Minat Wirausaha	Penelitian ini menggunakan metode campuran, yaitu kualitatif dan kuantitatif. Data dikumpulkan melalui survei lapangan dengan menyebarkan kuesioner kepada 200 responden yang merupakan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang sedang mengikuti mata kuliah Pratikum Kewirausahaan.	Penelitian ini menyimpulkan bahwa motivasi berwirausaha, self-confidence, dan kreativitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat wirausaha di kalangan mahasiswa. Di antara ketiga variabel tersebut, self-confidence memiliki pengaruh paling besar, menunjukkan pentingnya keyakinan diri dalam mendorong minat wirausaha. Penelitian ini memberikan wawasan penting bagi pengembangan program kewirausahaan di institusi pendidikan untuk meningkatkan minat wirausaha di kalangan mahasiswa.
----	---	--	---	--

4.	(Tambunan & Hasibuan, 2019) Pengaruh Percaya Diri terhadap Berwirausaha.	Variabel Independen: 1. Self Confidence (Kepercayaan Diri) Variabel Dependen: 2. Entrepreneurship (Kewirausahaan)	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis regresi linier sederhana.	Penelitian ini menyimpulkan bahwa kepercayaan diri memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keberhasilan dalam berwirausaha di kalangan generasi milenial. Tingkat kepercayaan diri yang tinggi berkontribusi pada kesuksesan dalam kewirausahaan, sementara variabel lain yang tidak diteliti juga berperan dalam mempengaruhi hasil tersebut. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan pentingnya kepercayaan diri dalam mencapai kesuksesan di bidang kewirausahaan.
----	---	--	---	---

5.	(Pradana & Safitri, 2020) Pengaruh Motivasi Wirausaha dan Mental Wirausaha terhadap Minat Wirausaha.	Variabel Independen: 1. Motivasi Wirausaha 2. Mental Wirausaha Variabel Dependen: 3. Minat Wirausaha	Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain explanatory research.	Penelitian ini menyimpulkan bahwa untuk meningkatkan minat wirausaha di kalangan mahasiswa, penting untuk memperkuat motivasi dan mental wirausaha.
6.	(Julindrastuti & Karyadi, 2022) Pengaruh Motivasi dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa.	Variabel Independen: 1. Motivasi (X1) 2. Lingkungan Keluarga (X2) Variabel Dependen: 3. Minat Berwirausaha (Y)	Penelitian ini menggunakan survey dengan populasi mahasiswa program studi manajemen semester 2 dan 4, menggunakan teknik purposive sampling.	Penelitian ini menyimpulkan bahwa lingkungan keluarga memiliki dampak yang lebih besar terhadap minat berwirausaha dibandingkan dengan motivasi. Oleh karena itu, penting bagi keluarga untuk menciptakan lingkungan yang mendukung agar mahasiswa tertarik untuk berwirausaha.

7.	(Saryadi et al., 2024) The Effect of Self-Efficacy and Entrepreneurial Knowledge on Entrepreneurial Interest with Motivation as an Intervening.	Variabel Independen: 1. Self-Efficacy 2. Entrepreneurial Knowledge Variabel Dependen: 3. Entrepreneurial Interest	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis jalur (path analysis) untuk menguji hubungan antara variabel-variabel yang diteliti. Sampel terdiri dari 105 mahasiswa dari berbagai program studi di Universitas Duta Bangsa Surakarta.	Hasil penelitian ini menegaskan pentingnya pengembangan self-efficacy dan pengetahuan kewirausahaan di kalangan mahasiswa untuk meningkatkan minat mereka dalam berwirausaha. Universitas perlu menciptakan lingkungan yang mendukung dan memberikan pendidikan kewirausahaan yang efektif untuk mendorong minat berwirausaha di kalangan mahasiswa.
8.	(Rakib, Tawe, Zainal, et al., 2020) The Relationship Analysis of Entrepreneurial Interests: Entrepreneurial Literacy, Self-Efficacy, and Entrepreneurial Characters of	Variabel Independen: 1. Entrepreneurial Literacy (EL) 2. Self-Efficacy (SE) 3. Entrepreneurial Character (EC) Variabel Dependen: 4. Entrepreneurial Interest (EM)	Penelitian ini menggunakan Pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatori. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner.	Penelitian ini menyimpulkan bahwa meningkatkan literasi kewirausahaan dan self-efficacy siswa sangat penting untuk menumbuhkan minat kewirausahaan. Pendidikan

	Vocational Students.			kewirausahaan di SMK harus difokuskan tidak hanya pada pengajaran karakter tetapi juga pada pengembangan keterampilan kewirausahaan untuk mengurangi tingkat pengangguran di kalangan lulusan SMK di Indonesia.
9.	(I. Oviawe, 2025) Entrepreneurial Passion, Entrepreneurial Self-Confidence and Entrepreneurial Self-Identity as Predictors of Vocational Education Students' Entrepreneurial Intention in Edo State.	Variabel Independen: 1. Kecintaan Kewirausahaan (EP) 2. Kepercayaan Diri Kewirausahaan (ESC) 3. Identitas Diri Kewirausahaan (ESI) Variabel Dependen: 4. Niat Kewirausahaan (EI)	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dengan sampel sebanyak 281 mahasiswa pendidikan vokasi yang telah mengikuti Pendidikan Kewirausahaan di Ambrose Alli University dan Universitas Benin.	Penelitian ini menyimpulkan bahwa untuk meningkatkan niat kewirausahaan di kalangan mahasiswa pendidikan vokasi, penting untuk menekankan pengembangan kecintaan kewirausahaan, kepercayaan diri, dan identitas diri kewirausahaan. Rekomendasi diberikan untuk mengintegrasikan pendidikan kewirausahaan yang berkelanjutan

				dalam kurikulum pendidikan tinggi dan mendorong mahasiswa untuk mengejar kegiatan yang dapat meningkatkan efikasi diri mereka. Penelitian lebih lanjut juga disarankan untuk mengeksplorasi aspek-aspek ini dalam konteks tantangan sosial dan lingkungan yang dihadapi negara.
10.	(Rahmi et al., 2020) The Effort To Increase Self Confidence Of The Competence Of Vocational High Students Through The Motivation: Mindset Entrepreneurship In Supporting Independence Milenialpreneur In The Future.	Variabel Independen: 1. Motivasi "Mindset Entrepreneurship " Variabel Dependen: 2. Kepercayaan diri dan kompetensi siswa SMK	Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah pendekatan interpersonal yang melibatkan wawancara mendalam dengan siswa dan guru, serta sosialisasi interaktif dan diskusi. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan motivasi siswa terkait kewirausahaan	Kegiatan pengabdian masyarakat ini memberikan dampak positif bagi siswa dan guru di SMK Semen Gresik, terutama dalam meningkatkan kepercayaan diri siswa dan pemahaman mereka tentang kewirausahaan. Hal ini diharapkan dapat membantu siswa untuk lebih siap menghadapi tantangan di dunia kerja dan menciptakan peluang usaha di masa depan.

11.	(Widiastuty & Rahayu, 2021) Pengaruh Sikap Mandiri, Lingkungan Keluarga, Motivasi, dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Pada Mahasiswa di Perguruan Tinggi Purwokerto).	Variabel Independen: 1. Lingkungan Keluarga 2. Motivasi Berwirausaha 3. Pengetahuan Kewirausahaan Variabel Dependen: 4. Minat Berwirausaha	Penelitian ini menggunakan Jenis data: Data primer dengan pendekatan kuantitatif.	Penelitian ini menyimpulkan bahwa faktor-faktor seperti lingkungan keluarga, motivasi, dan pengetahuan kewirausahaan memiliki peran penting dalam membentuk minat berwirausaha di kalangan mahasiswa. Temuan ini memberikan wawasan berharga bagi pengembangan kebijakan dan program pendidikan yang bertujuan untuk meningkatkan minat berwirausaha di kalangan mahasiswa, serta menunjukkan perlunya pendekatan yang holistik dalam merancang strategi promosi kewirausahaan di lingkungan akademis
-----	---	--	---	---

12.	(Novianti & Habra, 2022) The Effect of Motivation and Entrepreneurship on Interest in Entrepreneurship (Case Study Food Traders in the Field Triangle Head).	Variabel Independen: 1. Motivasi (X1) 2. Mentalitas Kewirausahaan (X2) Variabel Dependen: 3. Minat Kewirausahaan (Y)	Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif. Sampel penelitian terdiri dari 49 pedagang kaki lima. Data dianalisis menggunakan SPSS 25 dengan pengujian validitas, reliabilitas, asumsi klasik, regresi berganda, pengujian hipotesis, dan uji koefisien determinasi.	Penelitian ini menyimpulkan bahwa baik motivasi maupun mentalitas kewirausahaan secara signifikan mempengaruhi minat kewirausahaan. Oleh karena itu, penting bagi para pelaku usaha, terutama pedagang kaki lima, untuk meningkatkan motivasi dan mentalitas kewirausahaan mereka guna meningkatkan minat dan keberhasilan dalam berwirausaha.
13.	(Muzakki et al., 2022) The Influence of Knowledge of Entrepreneurship, Self-Efficacy Towards Interests Entrepreneurship Through Motivation Entrepreneurship to Santri At Pondok Pesantren Bahrul	Variabel Independen: 1. Pengetahuan Kewirausahaan 2. Efikasi Diri (Self-Efficacy) 3. Motivasi Kewirausahaan Variabel Dependen: 4. Minat Kewirausahaan	Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis jalur (path analysis). Data dikumpulkan melalui kuesioner tertutup yang diadaptasi dari berbagai sumber relevan,	Penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan kewirausahaan dan efikasi diri sangat penting dalam membangun motivasi dan minat kewirausahaan di kalangan santri. Dengan meningkatkan pengetahuan dan

	Maghfiroh Malang.		menggunakan skala Likert dari 1 hingga 5. Sampel diambil menggunakan teknik sampling probabilitas dengan jenis random sampling.	kepercayaan diri, santri dapat lebih termotivasi untuk berwirausaha, yang pada gilirannya dapat berkontribusi pada perkembangan ekonomi. Program kewirausahaan di Pondok Pesantren Bahrul Maghfiroh dapat menjadi model yang efektif untuk meningkatkan minat kewirausahaan di kalangan pelajar.
14.	(Sugianingrat et al., 2020) Determination of Entrepreneurship Education, Family Environment, and Self-Efficacy on Entrepreneurship Interest.	Variabel Independen: 1. Pendidikan Kewirausahaan 2. Lingkungan Keluarga 3. Efikasi Diri Variabel Dependen: 4. Minat Berwirausaha	Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan mengumpulkan data dari 79 mahasiswa Fakultas Ekonomi, Bisnis, dan Pariwisata Universitas Hindu Indonesia yang sedang mengambil mata kuliah	Pendidikan kewirausahaan dan lingkungan keluarga sangat mempengaruhi minat mahasiswa untuk berwirausaha. Oleh karena itu, penting untuk meningkatkan pendidikan kewirausahaan secara intensif, mendorong peningkatan kepercayaan diri, dan

			kewirausahaan .	mengembangkan minat berwirausaha dalam lingkungan keluarga. Indikator pendidikan yang paling berkontribusi adalah metode pendidikan, sedangkan dalam lingkungan keluarga, indikator yang paling berkontribusi adalah fungsi keluarga.
--	--	--	-----------------	---

Sumber: Diolah penulis (2025)

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu pada tabel 2.1., dapat disimpulkan bahwa pengaruh motivasi, pengetahuan wirausaha, dan *self confidence* terhadap minat menjadi wirausaha bervariasi. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa motivasi, pengetahuan wirausaha, dan *self confidence* berpengaruh signifikan, sementara penelitian lain mengatakan sebaliknya. Hal ini mengindikasikan perlunya penelitian lebih lanjut untuk memahami pengaruh variabel ini dalam konteks yang berbeda.

2.2. Landasan Teori

2.2.1. Teori TPB

Teori Perilaku Terencana (*Theory of Planned Behavior*, TPB) dikembangkan oleh Ajzen (1985) sebagai perluasan dari Teori Tindakan Beralasan (*Theory of Reasoned Action*). TPB bertujuan untuk menjelaskan

bagaimana sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan mempengaruhi niat individu untuk melakukan suatu perilaku tertentu, yang pada gilirannya mempengaruhi tindakan mereka. Sejak diperkenalkan, TPB telah digunakan secara luas dalam berbagai bidang, termasuk psikologi, kesehatan, dan pendidikan, untuk memahami dan memprediksi perilaku manusia. Penelitian menunjukkan bahwa TPB efektif dalam merancang intervensi perubahan perilaku, karena memberikan kerangka kerja yang sistematis untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi niat dan perilaku. Dalam konteks kewirausahaan, TPB telah diterapkan untuk memahami niat berwirausaha, dengan fokus pada bagaimana sikap positif terhadap kewirausahaan, dukungan sosial, dan keyakinan individu dapat mempengaruhi keputusan untuk memulai usaha (Anal & Singh, 2020).

TPB menjelaskan bahwa minat seseorang untuk melakukan suatu tindakan terbentuk sebelum tindakan tersebut dilakukan. Dalam konteks kewirausahaan, TPB mencakup tiga faktor utama yang memengaruhi minat seseorang, yaitu:

- a. *Attitude* (sikap): Persepsi positif atau negatif terhadap kewirausahaan akan memengaruhi keputusan seseorang untuk terlibat dalam aktivitas tersebut.
- b. *Subjective norms* (norma subjektif): Pengaruh dari lingkungan sosial, seperti keluarga, teman, atau mentor, turut menentukan minat seseorang untuk berwirausaha.
- c. *Perceived behavioral control* (kontrol perilaku yang dirasakan): Keyakinan individu terhadap kemampuan mereka dalam menjalankan

usaha akan memengaruhi keputusan untuk memulai bisnis.

Dalam konteks pengaruh motivasi, pengetahuan wirausaha, dan kepercayaan diri terhadap minat menjadi wirausaha, TPB memberikan kerangka yang komprehensif untuk menganalisis interaksi antara ketiga faktor tersebut. Motivasi, baik intrinsik maupun ekstrinsik, berperan sebagai pendorong utama yang mempengaruhi sikap individu terhadap kewirausahaan. Penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa yang termotivasi untuk berwirausaha cenderung memiliki sikap positif dan lebih berani mengambil risiko (Anal & Singh, 2020). Selain itu, pengetahuan wirausaha yang baik dapat meningkatkan sikap positif dan kontrol perilaku yang dirasakan, karena individu merasa lebih siap dan mampu untuk menghadapi tantangan dalam berwirausaha (Rezaimoghadam et al., 2022). Kepercayaan diri juga merupakan elemen kunci dalam TPB, di mana individu dengan tingkat kepercayaan diri yang tinggi lebih cenderung untuk memiliki niat berwirausaha yang kuat, karena mereka percaya pada kemampuan mereka untuk mencapai tujuan kewirausahaan (Anal & Singh, 2020). Dengan demikian, ketiga faktor ini saling berinteraksi dalam membentuk niat berwirausaha di kalangan mahasiswa, yang sangat relevan dalam konteks Generasi Z di Kota Malang.

Secara keseluruhan, TPB menyediakan kerangka yang kuat untuk memahami bagaimana motivasi, pengetahuan wirausaha, dan kepercayaan diri berkontribusi terhadap minat berwirausaha. Dengan mengidentifikasi dan menganalisis hubungan antara ketiga faktor ini, penelitian dapat memberikan wawasan yang berharga bagi pengembangan program pendidikan

kewirausahaan yang lebih efektif. Program-program ini dapat dirancang untuk meningkatkan motivasi, memberikan pengetahuan yang relevan, dan membangun kepercayaan diri mahasiswa, sehingga dapat mendorong mereka untuk mengejar karir wirausaha. Penelitian lebih lanjut diperlukan untuk mengeksplorasi bagaimana faktor-faktor ini dapat dioptimalkan untuk meningkatkan minat dan partisipasi mahasiswa dalam dunia kewirausahaan, serta untuk memahami konteks sosial dan budaya yang mempengaruhi niat berwirausaha di kalangan Generasi Z.

2.2.2. Pengertian Motivasi

Motivasi dalam konteks berwirausaha dapat didefinisikan sebagai dorongan atau kekuatan yang menggerakkan individu untuk memulai, menjalankan, dan mengembangkan usaha. Motivasi ini berperan penting dalam menentukan tingkat keberhasilan seorang wirausahawan, terutama di kalangan mahasiswa yang sedang mengembangkan minat berwirausaha mereka. Menurut Mubarrok, motivasi berwirausaha tidak hanya mencakup keinginan untuk mencapai keberhasilan finansial, tetapi juga mencakup aspek psikologis dan emosional yang mendorong individu untuk mengambil risiko dan menghadapi tantangan dalam dunia bisnis (Mubarrok & Sulistiyantoro, 2023).

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi motivasi berwirausaha, di antaranya adalah dukungan dari lingkungan, pengetahuan kewirausahaan, dan sikap individu. Penelitian oleh Julindrastuti dan Karyadi menunjukkan bahwa lingkungan keluarga yang mendukung dapat meningkatkan motivasi berwirausaha mahasiswa, yang pada gilirannya berkontribusi terhadap minat

mereka untuk memulai usaha. Lingkungan yang positif dan dukungan dari orang-orang terdekat dapat menciptakan suasana yang kondusif bagi pengembangan jiwa kewirausahaan. Selain itu, pengetahuan tentang kewirausahaan juga berperan penting dalam membentuk motivasi. Mahasiswa yang memiliki pengetahuan yang baik tentang kewirausahaan cenderung lebih termotivasi untuk memulai usaha mereka sendiri (Utami & Denmar, 2020).

2.2.3. Pengertian Motivasi dalam Islam

Motivasi dalam Islam merupakan dorongan batin yang mendorong seseorang untuk melakukan perbuatan yang baik dan benar demi mencapai keridhaan Allah SWT. Motivasi ini tidak hanya terbatas pada pencapaian tujuan duniawi, tetapi juga mencakup usaha untuk memperoleh keberkahan hidup dan kebahagiaan di akhirat. Dalam Islam, motivasi berakar pada niat yang ikhlas (niyyah), yang menjadi landasan utama setiap amal. Niat yang benar menjadikan setiap usaha manusia bernilai ibadah, baik dalam konteks spiritual maupun sosial. Dengan demikian, motivasi dalam Islam memiliki dimensi spiritual yang mengarahkan manusia untuk menjalankan kehidupan secara seimbang, antara usaha duniawi dan persiapan ukhrawi.

Dalam Surah An-Najm ayat 39, Allah SWT berfirman:

وَأَنْ لَّيْسَ لِلْإِنْسَانِ إِلَّا مَا سَعَى

"Dan bahwasanya seorang manusia tiada memperoleh selain apa yang telah diusahakannya." (QS. An-Najm: 39).

Ayat ini menunjukkan bahwa hasil yang dicapai seseorang bergantung pada usaha yang dilakukannya. Islam mengajarkan bahwa setiap Muslim harus

memiliki motivasi yang kuat untuk bekerja keras, karena hasil usaha mereka adalah bentuk tanggung jawab pribadi yang akan dipertanggungjawabkan di hadapan Allah. Selain itu, Allah juga berfirman dalam Surah Al-Baqarah ayat 148:

أَيْنَ مَا تَكُونُوا يَأْتِ بِكُمُ اللَّهُ جَمِيعًا

"Maka berlomba-lombalah kamu dalam kebaikan." (QS. Al-Baqarah: 148).

Ayat ini menginspirasi manusia untuk terus bersemangat dalam melakukan kebaikan, menciptakan manfaat bagi diri sendiri dan orang lain, serta berlomba-lomba dalam perbuatan yang mendatangkan pahala. Selain itu, ada sabda Rasulullah SAW:

"Sesungguhnya segala amal perbuatan itu tergantung pada niatnya, dan setiap orang hanya mendapatkan sesuai dengan apa yang ia niatkan." (HR. Bukhari & Muslim).

Dalam kewirausahaan, motivasi seorang muslim tidak hanya berorientasi pada keuntungan material, tetapi juga pada keberkahan dan kesejahteraan umat (al-falah). Allah SWT berfirman dalam QS. Al-Insyirah (94:6)

إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا^٦

"Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan."

Ayat ini menunjukkan bahwa dalam menghadapi tantangan berwirausaha, seorang muslim harus tetap memiliki semangat dan optimisme. Selain itu, Islam

juga mengajarkan konsep ihtisab, yaitu keyakinan bahwa usaha yang dilakukan dengan niat baik akan mendapatkan balasan di sisi Allah SWT.

Secara teori, motivasi dalam Islam dapat dikaitkan dengan teori kebutuhan Maslow, di mana kebutuhan tertinggi seorang muslim bukanlah aktualisasi diri semata, melainkan mardhatillah (ridha Allah). Selain itu, Islam juga mengenal konsep tawakkal, yaitu berserah diri kepada Allah setelah berusaha maksimal. Dengan demikian, motivasi dalam Islam tidak hanya bersifat material, tetapi juga memiliki dimensi spiritual yang kuat.

2.2.4. Pengetahuan Wirausaha

Pengetahuan wirausaha adalah kumpulan informasi, keterampilan, dan pengalaman yang diperlukan untuk menjalankan dan mengelola usaha secara efektif. Dalam konteks ini, pengetahuan wirausaha mencakup pemahaman tentang berbagai aspek bisnis, termasuk manajemen, pemasaran, keuangan, dan inovasi. Pengetahuan ini sangat penting bagi individu yang ingin memulai atau mengembangkan usaha, karena dapat membantu mereka membuat keputusan yang lebih baik dan menghadapi tantangan yang mungkin muncul dalam perjalanan kewirausahaan mereka (Rizky et al., 2023).

Salah satu komponen utama dari pengetahuan wirausaha adalah pemahaman tentang pasar dan kebutuhan pelanggan. Menurut Rizky et al (2023) pengetahuan tentang kualitas produk dan keterampilan wirausaha sangat berpengaruh terhadap keberhasilan usaha, karena pemahaman yang baik tentang apa yang diinginkan pelanggan dapat membantu wirausahawan dalam merancang produk yang sesuai dengan harapan pasar (Rizky et al., 2023). Dengan demikian,

pengetahuan wirausaha tidak hanya terbatas pada aspek teknis, tetapi juga mencakup pemahaman yang mendalam tentang perilaku konsumen dan dinamika pasar.

Selain itu, pengetahuan wirausaha juga mencakup keterampilan praktis yang diperoleh melalui pengalaman langsung dan pelatihan. Yunaz et al. (2022) menekankan bahwa kreativitas dalam wirausaha memerlukan keterampilan yang diperoleh melalui pendidikan dan pelatihan, seperti program pelatihan yang dirancang untuk calon wirausahawan (Yunaz et al., 2022). Pelatihan ini dapat mencakup berbagai aspek, mulai dari pengembangan produk hingga strategi pemasaran, yang semuanya berkontribusi pada kemampuan individu untuk menjalankan usaha dengan sukses.

2.2.5. Pengetahuan Wirausaha dalam islam

Dalam Islam, kewirausahaan bukan hanya sekadar aktivitas ekonomi, tetapi juga dianggap sebagai salah satu cara untuk memenuhi kebutuhan hidup dengan cara yang halal dan memberi manfaat bagi masyarakat. Pengetahuan kewirausahaan dalam Islam meliputi pemahaman tentang prinsip-prinsip syariah, kejujuran, keadilan, serta kepatuhan terhadap aturan-aturan agama dalam menjalankan usaha. Seorang wirausahawan Muslim harus memiliki pengetahuan yang cukup untuk memastikan bahwa kegiatan usahanya tidak hanya menguntungkan secara materi, tetapi juga berkah di sisi Allah SWT. Dengan pengetahuan ini, seorang wirausahawan mampu menjalankan usaha yang tidak melanggar etika Islam, seperti menghindari riba, gharar (ketidakpastian), dan penipuan. Dalam Surah Al-Jumu'ah ayat 10, Allah SWT

berfirman:

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا

اللَّهُ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

“Apabila telah ditunaikan salat, maka bertebaranlah kamu di bumi; carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak agar kamu beruntung.” (QS. Al-Jumu'ah: 10).

Ayat ini menunjukkan pentingnya berusaha untuk mencari rezeki setelah menunaikan ibadah kepada Allah. Aktivitas kewirausahaan dapat menjadi salah satu cara untuk mencari "karunia Allah" dengan syarat tetap mematuhi nilai-nilai agama. Selain itu, Islam mendorong wirausahawan untuk berperilaku jujur, sebagaimana ditegaskan dalam Surah Al-Mutaffifin ayat 1-3 yang mengecam praktik penipuan dalam timbangan dan takaran. Pengetahuan kewirausahaan yang berlandaskan ajaran Islam menjadikan seorang Muslim tidak hanya fokus pada keuntungan duniawi, tetapi juga memperhatikan nilai-nilai spiritual. Islam memandang usaha sebagai salah satu bentuk ibadah, sehingga pelaku usaha harus memahami prinsip-prinsip syariah dalam setiap aktivitasnya. Misalnya, Rasulullah SAW pernah bersabda:

“Pedagang yang jujur dan terpercaya akan bersama para nabi, orang-orang yang benar, dan orang-orang yang mati syahid.” (HR. Tirmidzi).

Hadis ini menunjukkan bahwa wirausahawan yang jujur memiliki kedudukan mulia di sisi Allah. Dengan memiliki pengetahuan kewirausahaan

yang sesuai dengan ajaran Islam, seorang wirausahawan dapat menjalankan bisnis yang memberikan manfaat bagi dirinya, masyarakat, dan lingkungannya, sekaligus mendekatkan diri kepada Allah SWT.

Dalam Islam, pengetahuan kewirausahaan juga berkaitan erat dengan fiqh muamalah, yaitu prinsip-prinsip dalam bisnis dan ekonomi Islam yang mengatur transaksi berdasarkan hukum syariah. Islam melarang praktik bisnis yang mengandung unsur riba, gharar (ketidakjelasan), dan maysir (spekulasi), serta menganjurkan perdagangan yang adil dan bermanfaat bagi masyarakat.

Selain itu, konsep keseimbangan (mizan) dalam Islam mengajarkan bahwa seorang wirausahawan tidak hanya berorientasi pada keuntungan duniawi, tetapi juga memperhatikan aspek sosial dan spiritual dalam bisnisnya. Oleh karena itu, pengetahuan kewirausahaan dalam Islam bukan hanya tentang strategi bisnis, tetapi juga tentang bagaimana menjalankan bisnis sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

2.2.6. *Self Confidence*

Kepercayaan diri merupakan keyakinan yang dimiliki oleh seseorang terhadap dirinya sendiri dalam menjalani kehidupan, mencerminkan pandangan individu terhadap konsep dirinya secara menyeluruh (Nugraheni, 2023). Kemampuan seseorang dalam melakukan berbagai aktivitas dengan tepat serta pengalaman hidupnya secara keseluruhan berperan penting dalam membentuk kepercayaan diri. Ketika seseorang memiliki kepercayaan diri yang kuat, ia cenderung mampu mengaktualisasikan potensi yang dimilikinya. Oleh karena itu, pengembangan kepercayaan diri menjadi hal yang sangat penting dalam

meraih kesuksesan dan kepuasan dalam hidup.

Sikap kepercayaan diri merupakan fondasi yang penting bagi seorang manusia, yang merupakan generasi penerus bangsa, untuk membentuk sosok yang kuat dan memaksimalkan potensi yang dimiliki. Kesadaran diri atau kepercayaan diri adalah salah satu aspek kunci dalam perkembangan pribadi seseorang. Tanpa adanya penerimaan diri dari lingkungan sekitar, seseorang cenderung mengalami kesulitan dalam memahami dan menerima identitasnya sendiri. Kepercayaan diri yang kuat sangat relevan bagi seorang wirausahawan karena mereka perlu memiliki keyakinan pada diri sendiri dan kemampuan mereka untuk menghadapi tantangan, mengambil risiko, dan mengelola usaha mereka dengan sukses.

Individu dengan rasa percaya diri yang proposional memiliki sejumlah karakteristik yang membedakan mereka. Mereka cenderung tetap tenang dalam menjalankan tugas atau aktivitas, bahkan di tengah situasi yang menantang. Selain itu, mereka memiliki kesadaran akan potensi dan kemampuan yang dimiliki, sehingga dapat menghadapi tantangan dengan lebih percaya diri. Kemampuan untuk mengelola ketegangan dan menyesuaikan diri dalam berbagai situasi juga menjadi ciri khas mereka. Fleksibilitas dan kemampuan berkomunikasi yang baik membantu mereka berinteraksi dengan orang lain secara efektif.

Tidak hanya itu, mereka juga memperhatikan kesehatan fisik dan mental untuk memastikan bahwa mereka dapat tampil secara optimal. Selain memiliki kecerdasan yang memadai, mereka juga menghargai pendidikan formal dan

terus mengembangkan keterampilan lain yang relevan. Latar belakang pendidikan keluarga yang baik turut memberikan pondasi yang kuat bagi rasa percaya diri mereka. Pengalaman hidup yang telah mereka alami, baik suka maupun duka, membentuk mental yang tangguh dan mampu bertahan di tengah cobaan hidup.

Yang tak kalah penting, sikap positif mereka dalam menghadapi masalah menjadi salah satu aspek penting dari kepercayaan diri yang proposional (Tambunan & Hasibuan, 2019).

- ***Self confident dalam Islam***

Self-confident atau kepercayaan diri dalam Islam adalah keyakinan seseorang atas kemampuannya yang dianugerahkan oleh Allah SWT untuk menjalankan tanggung jawabnya dan mencapai tujuan yang diridhai-Nya. Kepercayaan diri dalam Islam tidak bersifat sombong atau berlebihan, melainkan merupakan bentuk tawakal yang dilandasi keyakinan bahwa Allah SWT akan memberikan pertolongan selama seseorang berusaha sebaik-baiknya. Kepercayaan diri ini juga melibatkan keberanian untuk menghadapi tantangan hidup, kesabaran dalam menghadapi ujian, dan pengakuan terhadap kemampuan diri sebagai bentuk syukur kepada Allah SWT.

Dalam Surah Al-Baqarah ayat 286, Allah SWT berfirman:

لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا^ق لَهَا مَا كَسَبَتْ وَعَلَيْهَا مَا اكْتَسَبَتْ^ق رَبَّنَا لَا

تُؤَاخِذْنَا^ج إِنْ نَسِينَا أَوْ أَخْطَأْنَا^ج رَبَّنَا وَلَا تَحْمِلْ عَلَيْنَا إَصْرًا كَمَا حَمَلْتَهُ عَلَى

الَّذِينَ مِنْ قَبْلِنَا رَبَّنَا وَلَا تَحْمِلْنَا مَا لَا طَاقَةَ لَنَا بِهِ، وَاعْفُ عَنَّا وَاعْفُ لَنَا

وَارْحَمْنَا أَنْتَ مَوْلَانَا فَانصُرْنَا عَلَى الْقَوْمِ الْكَافِرِينَ

"Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya. Ia mendapat pahala (dari kebajikan) yang diusahakannya dan ia mendapat siksa (dari kejahatan) yang dikerjakannya. (Mereka berdoa): "Ya Tuhan kami, janganlah Engkau hukum kami jika kami lupa atau kami tersalah. Ya Tuhan kami, janganlah Engkau bebankan kepada kami beban yang berat sebagaimana Engkau bebankan kepada orang-orang sebelum kami. Ya Tuhan kami, janganlah Engkau pikulkan kepada kami apa yang tak sanggup kami memikulnya. Beri maaflah kami; ampunilah kami; dan rahmatilah kami. Engkaulah Penolong kami, maka tolonglah kami terhadap kaum yang kafir" (Q.S Al - Baqaroah ayat 286)".

Ayat ini mengajarkan bahwa setiap individu memiliki kapasitas yang cukup untuk menghadapi berbagai tantangan yang diberikan Allah. Dengan memahami hal ini, seorang Muslim akan memiliki keyakinan bahwa ia mampu menjalankan tanggung jawabnya karena Allah telah memberikan kemampuan yang sesuai dengan kondisinya. Selain itu, Surah At-Taubah ayat 51 menyatakan:

قُلْ لَنْ يُصِيبَنَا إِلَّا مَا كَتَبَ اللَّهُ لَنَا هُوَ مَوْلَانَا وَعَلَى اللَّهِ فَلْيَتَوَكَّلِ

الْمُؤْمِنُونَ

Katakanlah (Nabi Muhammad), “Tidak akan menimpa kami melainkan apa yang telah ditetapkan Allah bagi kami. Dialah Pelindung kami, dan hanya kepada Allah hendaknya orang-orang mukmin bertawakal.” (QS. At-Taubah: 51).

Ayat ini menanamkan rasa percaya diri yang lahir dari keyakinan bahwa segala sesuatu telah diatur oleh Allah dan tidak ada yang perlu ditakuti selama seseorang berada di jalan yang benar.

Kepercayaan diri yang sejati dalam Islam bersumber dari keyakinan akan pertolongan Allah SWT dan pengakuan bahwa segala kemampuan yang dimiliki adalah amanah dari-Nya. Kepercayaan diri ini tidak hanya mendorong seseorang untuk percaya pada kemampuannya sendiri, tetapi juga menanamkan sikap tawakal, yaitu menyerahkan hasil akhirnya kepada Allah setelah berusaha.

Rasulullah SAW bersabda:

"Seorang mukmin yang kuat lebih baik dan lebih dicintai Allah daripada mukmin yang lemah, tetapi pada keduanya ada kebaikan." (HR. Muslim).

Hadis ini menggarisbawahi pentingnya memiliki kepercayaan diri dan kekuatan dalam menjalankan kehidupan sebagai seorang Muslim. Dengan self-confident yang dilandasi iman, seseorang tidak akan mudah menyerah dalam menghadapi kesulitan, melainkan terus berusaha dengan penuh keyakinan bahwa Allah akan memberikan hasil terbaik sesuai dengan usahanya.

Seorang muslim yang memiliki self-confidence sejati adalah mereka yang

menyadari bahwa setiap usaha yang dilakukan harus diiringi dengan iman, tawakkal, dan akhlak yang baik.

Dalam sirah Nabi, Rasulullah SAW adalah contoh utama seorang pemimpin yang memiliki kepercayaan diri tinggi. Sejak usia muda, beliau sudah menunjukkan keberanian dalam berdagang ke Syam, serta memiliki keyakinan yang kuat dalam menyampaikan dakwah meskipun menghadapi banyak tantangan. Hal ini menunjukkan bahwa self-confidence dalam Islam tidak hanya sekadar rasa percaya diri, tetapi juga didasarkan pada keikhlasan, kesabaran, dan keyakinan kepada Allah SWT.

Secara teori, self-confidence dalam Islam dapat dikaitkan dengan konsep tazkiyatun nafs (penyucian jiwa), di mana seseorang yang memiliki kepercayaan diri sejati adalah mereka yang telah membersihkan hatinya dari kesombongan dan ketakutan berlebih. Selain itu, Islam juga mengajarkan konsep sabr dan syukur, yaitu ketahanan mental dalam menghadapi tantangan serta selalu bersyukur dalam segala keadaan.

2.2.7. Minat Berwirausaha

Wirausaha adalah sebuah konsep yang melibatkan kreativitas, inovasi, dan kemampuan untuk mengatasi tantangan yang ada, dengan tujuan menciptakan nilai tambah baik untuk diri sendiri maupun orang lain. Ini mencakup proses penerapan ide-ide kreatif dan inovatif untuk mengatasi masalah sehari-hari serta mencari peluang baru yang mungkin tersembunyi di dalamnya (Rama et al., 2022). Dengan kata lain, wirausaha merupakan kemampuan untuk mengidentifikasi peluang, mengembangkan ide-ide baru, dan menjalankan langkah-langkah

konkret untuk mewujudkan ide-ide tersebut menjadi kenyataan, dengan tujuan mencapai keberhasilan dan memberikan kontribusi positif bagi masyarakat.

Seorang wirausahaan yang sukses sering kali memiliki sejumlah karakteristik yang menjadi kunci kesuksesannya (Oktavia & Trimeiningrum, 2018). Pertama, mereka memiliki rasa percaya diri yang tinggi dan optimis terhadap kemampuan yang dimiliki, sehingga mampu menghadapi tantangan dengan lebih baik. Selain itu, mereka cenderung berorientasi pada tugas dan hasil, memiliki tekad yang kuat untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Wirausahaan yang sukses juga memiliki keberanian dalam mengambil risiko dan menghadapi tantangan, serta memiliki jiwa kepemimpinan yang kuat untuk memimpin tim dan mengambil keputusan yang tepat. Selain itu, kreativitas dan inovasi juga merupakan karakteristik penting yang membedakan wirausahaan yang sukses dari yang lain. Secara keseluruhan, kombinasi karakteristik tersebut membimbing seorang wirausahaan menuju kesuksesan dalam mengelola usahanya, karena kesuksesan sebuah usaha sering kali sangat tergantung pada karakter dan kepemimpinan yang dimiliki oleh wirausahaan tersebut.

2.2.8. Minat berwirausaha dalam islam

Minat berwirausaha dalam Islam adalah keinginan atau dorongan untuk menjalankan usaha yang tidak hanya menghasilkan keuntungan materi, tetapi juga memberikan manfaat bagi masyarakat serta mendekatkan diri kepada Allah SWT. Islam mendorong umatnya untuk menjadi wirausahawan yang bertanggung jawab, jujur, dan berpegang pada prinsip syariah. Wirausaha dalam Islam dipandang sebagai bentuk ibadah karena melalui usaha yang halal,

seseorang dapat memenuhi kebutuhannya sendiri, membantu orang lain, dan berkontribusi terhadap perekonomian umat. Minat ini juga mencerminkan sikap proaktif, kreativitas, dan keberanian dalam memanfaatkan peluang yang ada. Dalam Surah Al-Jumu'ah ayat 10, Allah SWT berfirman:

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

"Apabila salat (Jumat) telah dilaksanakan, bertebaranlah kamu di bumi, carilah karunia Allah, dan ingatlah Allah sebanyak-banyaknya agar kamu beruntung." (Al-Jumh'ah ayat 10).

Ayat ini menegaskan pentingnya berusaha mencari rezeki melalui aktivitas yang bermanfaat setelah menunaikan ibadah. Berwirausaha merupakan salah satu cara untuk mencari “karunia Allah” yang dimaksud dalam ayat tersebut, selama tetap mematuhi prinsip-prinsip syariah, seperti menghindari riba dan penipuan. Selain itu, dalam Surah Al-Baqarah ayat 275, Allah melarang riba dan menghalalkan jual beli, memberikan dasar hukum yang jelas bagi umat Islam untuk berwirausaha secara etis. Minat berwirausaha dalam Islam tidak hanya didasarkan pada keinginan untuk memperoleh keuntungan duniawi, tetapi juga dilandasi oleh tanggung jawab sosial dan spiritual. Rasulullah SAW mendorong umatnya untuk berwirausaha, sebagaimana beliau bersabda:

“Sembilan dari sepuluh pintu rezeki ada pada perdagangan.” (HR. Tirmidzi).

Hadis ini menunjukkan bahwa Islam memandang wirausaha sebagai salah satu profesi yang mulia dan produktif. Dengan minat yang kuat, seorang Muslim dapat berkontribusi untuk menciptakan lapangan kerja, membantu mereka yang membutuhkan, dan membangun perekonomian yang lebih baik. Melalui

wirausaha yang halal dan berkah, seseorang tidak hanya memperoleh rezeki, tetapi juga mendekatkan diri kepada Allah SWT dengan cara mematuhi nilai-nilai Islam dalam menjalankan usahanya.

2.2.9. Generasi Z

Generasi Z, yang mencakup individu yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, merupakan kelompok yang memiliki karakteristik unik dalam konteks kewirausahaan. Mereka dikenal sebagai generasi digital, yang tumbuh dengan akses yang luas terhadap teknologi dan internet, sehingga mempengaruhi cara mereka berinteraksi, belajar, dan berbisnis. Menurut Muttaqiyathun et al., (2022) generasi Z adalah generasi yang kini telah memasuki dunia kerja dan mulai berkontribusi dalam berbagai sektor, termasuk bisnis dan kewirausahaan .

Salah satu ciri khas dari generasi Z adalah kemampuan mereka untuk beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan teknologi. Hal ini memungkinkan mereka untuk memanfaatkan berbagai platform digital dalam menjalankan usaha. Penelitian oleh Tasmilah menunjukkan bahwa generasi Z cenderung lebih terbuka terhadap pelatihan dan program yang dapat meningkatkan keterampilan kewirausahaan mereka, seperti program Kartu Prakerja yang dirancang untuk menciptakan wirausaha baru (Tasmilah, 2023). Dengan memanfaatkan teknologi, mereka dapat mengakses informasi dan sumber daya yang diperlukan untuk memulai dan mengembangkan usaha mereka.

2.3. Pengaruh Antar Variabel

2.3.1. Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha

Motivasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berwirausaha, sebagaimana ditemukan dalam penelitian Usman & Isnaeni (2020) yang menunjukkan bahwa motivasi merupakan salah satu faktor utama dalam mendorong seseorang untuk memulai usaha. Motivasi berwirausaha berfungsi sebagai pendorong psikologis yang mendorong individu untuk mengatasi rasa takut, mengambil risiko, dan memanfaatkan peluang yang ada (Gielnik et al., 2018). Motivasi juga menjadi faktor internal yang memberikan energi bagi individu dalam mengambil keputusan untuk berwirausaha. Oleh karena itu, semakin tinggi tingkat motivasi seseorang, semakin besar pula kemungkinan mereka untuk tertarik memulai usaha. Penelitian ini menekankan pentingnya membangun motivasi yang kuat melalui dukungan pendidikan dan lingkungan keluarga, sehingga individu memiliki dorongan yang stabil untuk mengejar karir sebagai wirausaha (Solekah & Andrean, 2023).

Penelitian oleh Endang (2024) juga mengungkapkan bahwa motivasi berwirausaha secara langsung memengaruhi minat siswa untuk memulai bisnis. Motivasi yang kuat dapat memunculkan rasa percaya diri dan ketekunan dalam menghadapi tantangan kewirausahaan. Selain itu, motivasi memberikan energi bagi individu untuk berpikir kreatif dan mencari solusi inovatif dalam menjalankan usaha. Oleh karena itu, membangun motivasi menjadi hal yang krusial dalam menumbuhkan minat berwirausaha, terutama di kalangan generasi muda.

Selain itu, motivasi juga berkaitan erat dengan teori Self-

Determination Theory (SDT) yang dikembangkan oleh Gagne et al., (2005) yang menyatakan bahwa individu dengan motivasi intrinsik yang kuat akan lebih berkomitmen dan berani dalam mengambil keputusan untuk berwirausaha. Dengan demikian, motivasi yang kuat perlu dikembangkan melalui lingkungan pendidikan dan sosial yang mendukung agar minat berwirausaha semakin meningkat di kalangan generasi muda (Fayolle & Gailly, 2015).

2.3.2. Pengaruh Pengetahuan Wirausaha Terhadap Minat Berwirausaha

Pengetahuan wirausaha memainkan peran penting dalam membangun minat berwirausaha, karena memberikan pemahaman yang mendalam tentang cara memulai dan mengelola bisnis. Hal ini dibuktikan dalam penelitian Muzakki et al (2022) yang menemukan bahwa pengetahuan kewirausahaan berkontribusi langsung terhadap motivasi dan minat santri untuk berwirausaha. Pengetahuan yang cukup mengenai strategi bisnis, manajemen risiko, dan inovasi akan meningkatkan rasa percaya diri seseorang untuk terjun ke dunia bisnis. Dengan memiliki pengetahuan yang memadai, seseorang dapat lebih percaya diri dalam menghadapi tantangan bisnis dan memahami risiko yang ada, sehingga minat untuk berwirausaha dapat meningkat.

Selain itu, penelitian oleh Sugianingrat et al (2020) juga menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan yang efektif membantu individu dalam membangun pola pikir kewirausahaan. Pengetahuan ini mencakup kemampuan untuk mengidentifikasi peluang, menyusun strategi bisnis, dan

memahami aspek-aspek hukum serta etika dalam menjalankan usaha.

Maka dari itu, individu yang memiliki pengetahuan kewirausahaan yang baik akan lebih terdorong untuk memulai bisnis, karena mereka memiliki pemahaman yang jelas tentang langkah-langkah yang harus diambil untuk mencapai kesuksesan.

Oleh karena itu, kurikulum pendidikan yang memasukkan kewirausahaan sebagai mata pelajaran esensial sangat penting untuk meningkatkan minat berwirausaha di kalangan mahasiswa (Darmawan, 2021).

2.3.3. Pengaruh *Self Confidence* terhadap Minat Berwirausaha

Self-confidence atau kepercayaan diri memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap minat berwirausaha, sebagaimana diungkapkan dalam penelitian Septianti & Putri (2023). Penelitian ini menunjukkan bahwa self-confidence merupakan faktor dominan yang mendorong individu untuk memulai usaha. Kepercayaan diri memberikan keyakinan pada individu untuk mengambil risiko, menghadapi tantangan, dan tetap optimis dalam menjalankan usaha. Dengan *self-confidence* yang tinggi, seseorang akan lebih berani untuk mengeksplorasi peluang-peluang baru dalam dunia kewirausahaan. Individu yang memiliki tingkat kepercayaan diri tinggi cenderung lebih mampu mengelola tekanan dan menghadapi ketidakpastian dalam dunia bisnis (Septianti & Putri, 2023).

Penelitian oleh Fawwaz et al. (2024) juga menemukan bahwa kepercayaan diri memiliki hubungan yang kuat dengan keberhasilan dalam

berwirausaha. Penelitian ini mengungkap bahwa individu yang percaya pada kemampuan diri cenderung memiliki minat lebih besar untuk memulai bisnis karena mereka merasa mampu menghadapi ketidakpastian dan tekanan yang mungkin terjadi. Oleh karena itu, pengembangan *self-confidence*, terutama melalui pendidikan dan pengalaman praktis, sangat penting untuk menumbuhkan minat berwirausaha, khususnya di kalangan generasi muda.

Hal ini sejalan dengan konsep *Entrepreneurial Self-Efficacy* (ESE) yang dikembangkan oleh Bandura (1997), di mana individu dengan tingkat *self-efficacy* tinggi lebih cenderung memiliki keberanian untuk mengambil langkah dalam dunia usaha (Sari A., & Fasa, M. I. (2025)). Oleh karena itu, pengembangan *self-confidence* melalui pendidikan, pelatihan, dan pengalaman praktis sangat penting dalam membangun minat berwirausaha, terutama di kalangan generasi muda yang masih mencari arah dalam karier mereka.

2.3.4. Pengaruh Motivasi, pengetahuan wirausaha dan *self confidence* terhadap minat berwirausaha

Motivasi, pengetahuan wirausaha, dan *self-confidence* merupakan tiga faktor penting yang secara simultan dapat mempengaruhi minat seseorang untuk berwirausaha. Ketiga variabel ini saling berinteraksi dalam membentuk kesiapan mental, keterampilan, serta keyakinan diri yang diperlukan untuk memulai dan mengembangkan usaha.

Menurut penelitian Usman & Isnaeni (2020), motivasi individu untuk berwirausaha tidak akan optimal tanpa dibarengi oleh pengetahuan

kewirausahaan yang memadai serta tingkat kepercayaan diri yang tinggi. Motivasi memberikan dorongan internal, pengetahuan memberikan kemampuan teknis dan manajerial, sedangkan *self-confidence* memastikan individu berani mengambil keputusan di tengah ketidakpastian dunia bisnis.

Studi oleh Muzakki *et al.* (2022) menekankan bahwa motivasi yang kuat dan pengetahuan kewirausahaan yang baik perlu didukung oleh *self-confidence* untuk membentuk minat berwirausaha yang kokoh. Seseorang yang termotivasi namun tidak memiliki pengetahuan dan kepercayaan diri, cenderung ragu untuk memulai usaha. Sebaliknya, individu yang memiliki ketiganya secara seimbang lebih mampu menunjukkan ketertarikan dan kesiapan dalam menjalankan aktivitas kewirausahaan.

Penelitian lain oleh Septianti & Putri (2023) juga menunjukkan bahwa kombinasi dari motivasi, pengetahuan, dan *self-confidence* secara bersamaan memberikan kontribusi signifikan terhadap minat berwirausaha, khususnya di kalangan generasi muda. Hal ini diperkuat dengan temuan dari Gielnik *et al.* (2018) yang menegaskan bahwa faktor-faktor internal dan eksternal harus berinteraksi secara simultan untuk mendorong keputusan berwirausaha.

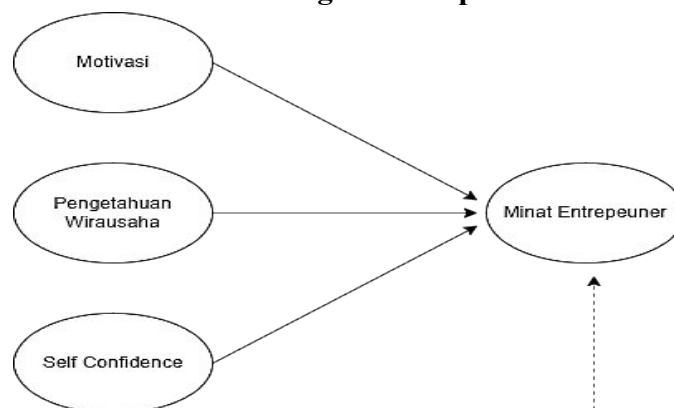
Dari perspektif teori, pendekatan Resource-Based View (RBV) menyatakan bahwa keunggulan bersaing seseorang dalam dunia wirausaha berasal dari sumber daya internal seperti motivasi, pengetahuan, dan kepercayaan diri (Barney, 1991). Ketiga faktor tersebut berfungsi sebagai *intangible assets* yang memperbesar peluang keberhasilan dalam dunia bisnis.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa motivasi, pengetahuan wirausaha, dan self-confidence secara simultan berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha. Semakin kuat ketiga faktor ini berkembang dalam diri individu, maka semakin besar pula kemungkinan individu tersebut memiliki minat yang tinggi untuk terjun ke dunia kewirausahaan.

2.4. Kerangka Konseptual

Menurut Sugiyono (2017) kerangka pemikiran merupakan alur berpikir atau alur penelitian yang dijadikan pola atau landasan berpikir peneliti dalam mengadakan penelitian terhadap objek yang dituju. Jadi kerangka berpikir merupakan alur yang dijadikan pola berpikir penulis dalam mengadakan penelitian terhadap suatu objek yang dapat menyelesaikan arah rumusan masalah dan tujuan penelitian. Adapun kerangka berpikir pada penelitian ini sebagai berikut:

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual



Dalam konteks *entrepreneurship*, Generasi Z juga menunjukkan kemampuan terbaiknya saat menghadapi tantangan, yang seringkali didorong oleh kepercayaan

diri pada diri mereka sendiri. Mereka cenderung bertindak berdasarkan keyakinan pada kemampuan mereka sendiri ketika menghadapi situasi yang sulit dalam bisnis. Namun, penting untuk dicatat bahwa kepercayaan diri dalam *entrepreneurship* Generasi Z tidak berarti mengabaikan kontribusi atau keunggulan orang lain. Sebaliknya, hal ini mencerminkan kesadaran mereka terhadap kelemahan pribadi dan keyakinan bahwa mereka mampu mengatasinya.

Kepercayaan diri dalam *entrepreneurship* Generasi Z mengimplikasikan keyakinan bahwa mereka dapat menemukan solusi untuk setiap tantangan yang dihadapi, bahkan ketika bekerja sendirian. Pemahaman ini memberikan motivasi bagi mereka untuk tumbuh dan berkembang dalam mencapai tujuan bisnis mereka. Dari uraian tentang pentingnya kepercayaan diri dalam *entrepreneurship*, dapat disimpulkan bahwa kepercayaan diri adalah faktor kunci dalam mencapai kesuksesan dalam bisnis Generasi Z. Hal ini karena kepercayaan diri dapat meningkatkan kemampuan mereka dalam mengambil risiko, meningkatkan motivasi, mengatasi ketakutan dan kecemasan, serta menarik peluang baru dalam bisnis mereka. Oleh karena itu, diperlukan penelitian lebih lanjut untuk memahami pengaruh antara kepercayaan diri dan *entrepreneurship* dalam konteks Generasi Z.

2.5. Hipotesis Penelitian

Adapun hipotesis dalam penelitian yang akan dilakukan sebagai berikut:

H1: Motivasi berpengaruh signifikan terhadap minat menjadi wirausaha pada Gen Z di Kota Malang.

H2: Pengetahuan Wirausaha berpengaruh signifikan terhadap minat

menjadiwirausaha pada Gen Z di Kota Malang.

H3: *Self Confidence* berpengaruh signifikan terhadap minat menjadi wirausaha pada Gen Z di Kota Malang.

H4: Motivasi, pengetahuan wirausaha dan *self confidence* berpengaruh terhadap minat menjadi wirausaha pada Gen Z di Kota Malang

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis dan Pendekatan

Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kuantitatif. Metode ini bertujuan untuk menggambarkan secara objektif suatu keadaan dengan menggunakan angka, dimulai dari pengumpulan data, interpretasi data, hingga presentasi dan hasil analisisnya (Sihotang et al., 2022). Pada penelitian ini menggunakan desain kausal, yang menjelaskan pengaruh hubungan antara beberapa variabel serta melakukan pengujian hipotesis (P. Malhotra & Singh, 2007). Sehingga, pada penelitian ini terdapat dua jenis variabel, yaitu variabel independen dan variabel dependen. Selanjutnya, akan diketahui apakah variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

Penelitian ini menggunakan empat variabel yang terdiri dari motivasi, pengetahuan wirausaha, dan *self-confidence* sebagai variabel independen, serta minat menjadi wirausaha sebagai variabel dependen. Dapat disimpulkan, bahwa tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh variabel motivasi, pengetahuan wirausaha, dan *self-confidence* terhadap minat menjadi wirausaha pada Gen Z, studi pada mahasiswa di Kota Malang.

3.2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan oleh peneliti saat ini adalah mahasiswa dari empat perguruan tinggi negeri di Kota Malang, yaitu Universitas Brawijaya, Universitas Negeri Malang, UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, dan Politeknik Negeri Malang. Pemilihan lokasi penelitian ini didasari oleh tingginya jumlah mahasiswa

yang termasuk dalam kategori Generasi Z, serta peran perguruan tinggi dalam membentuk pola pikir dan minat mahasiswa untuk berwirausaha. Selain itu, pemilihan Kota Malang sebagai lokasi penelitian didasarkan pada pertumbuhan signifikan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di wilayah ini. Data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Malang menunjukkan bahwa hingga akhir tahun 2023, jumlah UMKM mencapai 29.058 unit, meningkat hampir tiga kali lipat dibandingkan tahun 2022 yang tercatat sebanyak 7.920 unit. Pertumbuhan pesat ini mencerminkan dinamika kewirausahaan yang tinggi di Kota Malang, menjadikannya lokasi yang relevan untuk meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha, khususnya di kalangan Generasi Z.

3.3. Populasi dan Sampel Penelitian

3.3.1. Populasi

Mengacu pada pendapat (Sugiyono, 2016), populasi didefinisikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Generasi Z di Kota Malang yang berusia 12-27 tahun yang berasal dari empat perguruan tinggi negeri di Kota Malang, yaitu Universitas Brawijaya, Universitas Negeri Malang, UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, dan Politeknik Negeri Malang. Generasi Z dipilih karena mereka merupakan kelompok usia produktif yang memiliki potensi besar untuk berwirausaha di masa depan.

Pemilihan sampel yang hanya mencakup mahasiswa dari perguruan tinggi

negeri didasarkan pada beberapa pertimbangan akademik dan praktis. Pertama, perguruan tinggi negeri memiliki kurikulum dan fasilitas pendukung kewirausahaan yang lebih terstruktur dibandingkan dengan perguruan tinggi swasta. Studi yang dilakukan oleh Aziz, A. L., Muslim & Fajri, D. A. (2022). menunjukkan bahwa perguruan tinggi negeri di Indonesia aktif dalam menyediakan program inkubasi bisnis dan pendanaan kewirausahaan bagi mahasiswa

Kedua, mahasiswa di perguruan tinggi negeri cenderung memiliki latar belakang akademik yang lebih beragam, yang dapat memberikan variasi perspektif dalam penelitian mengenai motivasi, pengetahuan wirausaha, dan self-confidence dalam membangun minat berwirausaha. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif terkait dengan faktor-faktor yang memengaruhi minat wirausaha di kalangan Generasi Z.

Ketiga, perguruan tinggi negeri di Kota Malang memiliki populasi mahasiswa yang lebih besar dibandingkan perguruan tinggi swasta, sehingga memudahkan proses pengumpulan data yang representatif.

Dengan mempertimbangkan faktor-faktor tersebut, pemilihan sampel yang hanya terdiri dari mahasiswa perguruan tinggi negeri diharapkan dapat memberikan hasil penelitian yang lebih relevan dan aplikatif dalam konteks pengembangan kewirausahaan di kalangan mahasiswa.

3.3.2. Sampel

Sampel dalam penelitian ini adalah bagian dari populasi yang dipilih untuk

mewakili karakteristik populasi secara keseluruhan (Sugiyono, 2017). Pada penelitian ini, penentuan jumlah sampel dilakukan dengan cara perhitungan statistik yaitu dengan menggunakan teori Malhotra. Teori Malhotra adalah menentukan jumlah sampel dengan cara mengalikan jumlah item pertanyaan variabel dengan 5 (N. K. Malhotra, 2020).

Sedangkan sampel penelitian ini dipilih dari populasi berdasarkan kriteria berikut:

1. Mahasiswa dari empat perguruan tinggi negeri di Kota Malang, yaitu Universitas Brawijaya, Universitas Negeri Malang, UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, dan Politeknik Negeri Malang
2. Gen Z berusia 12-27 tahun
3. Bertempat tinggal atau berdomisili di Kota Malang

Karena dalam penelitian ini jumlah populasi tidak diketahui maka dari itu dalam pengambilan pengukuran sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Malhotra. Rumus dari teori malhotra yaitu jumlah sampel yang diperlukan dapat dihitung dengan mengalikan jumlah pernyataan dengan angka 5. Dalam penelitian ini, terdapat 22 pertanyaan atau item, sehingga jumlah sampel minimal yang dibutuhkan adalah $22 \times 5 = 110$ responden. Dengan demikian, jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah minimal 110 responden. Dari penyebaran kuisioner terhadap responden didapatkan 157 kuisioner yang memenuhi kriteria untuk diolah lebih lanjut.

3.4. Teknik Pengambilan Sampel

Penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan

pendekatan *purposive sampling*. *Non-probability sampling* adalah metode pengambilan sampel di mana elemen-elemen populasi tidak memiliki peluang yang sama untuk dipilih sebagai sampel (Malhotra, 2016). *Purposive sampling* adalah salah satu jenis *non-probability sampling* yang melibatkan pemilihan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian (Bhatti et al., 2017). Teknik ini dipilih untuk memastikan bahwa sampel yang diambil benar-benar mewakili populasi yang menjadi fokus penelitian.

Dalam penelitian ini, kriteria yang digunakan adalah Generasi Z di Kota Malang yang berusia 12–27 tahun dan berstatus sebagai mahasiswa di salah satu dari empat perguruan tinggi negeri, yaitu Universitas Brawijaya, Universitas Negeri Malang, UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, dan Politeknik Negeri Malang. Generasi Z dipilih karena mereka berada dalam usia produktif dan memiliki potensi besar untuk mengembangkan minat berwirausaha. Dengan menggunakan *purposive sampling*, penelitian ini dapat memperoleh informasi yang relevan dan akurat tentang pengaruh motivasi, pengetahuan kewirausahaan, dan *self-confidence* terhadap minat berwirausaha di kalangan Generasi Z

3.5. Data dan Jenis Data

Pada penelitian ini peneliti menggunakan dua sumber data, yakni sumber data primer dan juga sumber data sekunder :

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber pertama di lokasi penelitian atau objek penelitian (Moleong, 2010). Dalam penelitian ini, data primer dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner secara daring

menggunakan Google Form, yang memudahkan pengumpulan data.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang telah dikelola sebelumnya dan disajikan dalam bentuk yang lebih informatif, seperti tabel, grafik, dan laporan (Jabnabillah et al., 2023). Dalam penelitian ini, data sekunder digunakan sebagai data penunjang, mencakup informasi tentang tingkat pengangguran, pertumbuhan usaha kecil di Kota Malang, serta profil demografis Generasi Z di wilayah tersebut. Data ini diperoleh dari studi literatur pada publikasi ilmiah dan database online terpercaya, seperti laporan Badan Pusat Statistik (BPS) dan sumber resmi lain.

3.6. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner untuk mendapatkan informasi langsung dari responden. Kuesioner adalah salah satu metode pengumpulan data primer yang digunakan untuk mengumpulkan informasi tentang karakteristik, pendapat, sikap, perilaku, atau pengalaman responden terhadap variabel yang diteliti (Brace, 2018).

Dalam penelitian ini, kuesioner disebarluaskan melalui Google Form untuk mempermudah distribusi kepada responden yang tersebar di empat perguruan tinggi negeri di Kota Malang yaitu Universitas Brawijaya, Universitas Negeri Malang, UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, dan Politeknik Negeri Malang. Kuesioner berisi serangkaian pernyataan yang menggambarkan variabel penelitian, dengan responden diminta memberikan jawaban sesuai tingkat persetujuan mereka. Pada tahap ini peneliti melakukan beberapa eliminasi data

yang hasilnya tidak sesuai, ataupun data yang proses pengisiannya tidak benar sehingga data yang ada pada penelitian ini benar-benar data yang sudah sesuai dengan karakteristik responden yang dibutuhkan

3.7. Definisi Operasional Variabel

Variabel penelitian adalah suatu atribut, sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi antara satu dengan yang lainnya atau objek lainnya. Berdasarkan judul penelitian yang diambil, maka variabel dalam penelitian ini, yaitu:

- Variabel Bebas (Variabel Independen)

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi variabel lain atau variabel yang diduga sebagai penyebab dari variabel lain. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Motivasi, Pengetahuan Wirausaha dan *Self Confidence*.

- Variabel Terikat (Variabel Dependen)

Variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain dalam model. Dalam penelitian ini variabel terikat adalah Minat Menjadi Wirausaha

3.7.1. Motivasi (X1)

Motivasi merupakan konsep yang sangat penting dalam psikologi dan pendidikan, yang merujuk pada dorongan internal dan eksternal yang mempengaruhi perilaku individu dalam mencapai tujuan tertentu. Dalam konteks pendidikan, motivasi berperan krusial dalam memfasilitasi proses belajar mengajar, di mana motivasi dapat dibedakan menjadi dua kategori utama: motivasi intrinsik dan ekstrinsik. Motivasi intrinsik berasal dari dalam

diri individu, seperti minat dan kepuasan pribadi, sedangkan motivasi ekstrinsik berasal dari faktor luar, seperti penghargaan atau pengakuan dari orang lain (Haryanti et al., 2022). Penelitian menunjukkan bahwa kedua jenis motivasi ini saling berinteraksi dan dapat mempengaruhi hasil belajar siswa secara signifikan (Lumbanraja, 2023).

3.7.2. Pengetahuan Wirausaha (X2)

Pengetahuan wirausaha adalah suatu kumpulan informasi, keterampilan, dan sikap yang diperlukan untuk menjalankan dan mengembangkan usaha. Dalam konteks pendidikan, pengetahuan wirausaha mencakup berbagai aspek yang berkaitan dengan pengelolaan bisnis, inovasi, pemasaran, serta aspek keuangan yang penting untuk keberhasilan suatu usaha. Pengetahuan ini tidak hanya diperoleh melalui pendidikan formal, tetapi juga melalui pengalaman praktis, pelatihan, dan interaksi dengan lingkungan bisnis. Sebagai contoh, Ernawati menekankan pentingnya perguruan tinggi dalam memberikan pengetahuan kewirausahaan kepada mahasiswa melalui metode pembelajaran yang konkret, seperti kegiatan bazar, untuk menumbuhkan jiwa wirausaha (Ernawati et al., 2023).

3.7.3. Self-confidence (X3)

Self Confidence atau kepercayaan diri, adalah keyakinan individu terhadap kemampuan dan potensi yang dimilikinya untuk mencapai tujuan tertentu. Konsep ini sangat penting dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk pendidikan, karir, dan hubungan sosial. Menurut Haryanti et al (2022), *self-confidence* berperan signifikan dalam proses komunikasi, terutama dalam

presentasi lisan, di mana individu yang memiliki kepercayaan diri yang tinggi cenderung lebih mampu menyampaikan ide dan gagasan dengan jelas dan efektif. Hal ini menunjukkan bahwa *self-confidence* tidak hanya berhubungan dengan kemampuan berbicara, tetapi juga mencakup aspek kognitif dan afektif yang mempengaruhi interaksi sosial.

3.7.4. Minat Menjadi Wirausaha (Y)

Minat menjadi wirausaha dapat didefinisikan sebagai kecenderungan individu untuk terlibat dalam kegiatan kewirausahaan, yang dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti pendidikan kewirausahaan, literasi kewirausahaan, motivasi, dan dukungan sosial. Penelitian menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan berperan penting dalam membentuk minat berwirausaha, terutama di kalangan mahasiswa. (Fitriana et al., 2024) mengemukakan bahwa literasi kewirausahaan dan motivasi diri merupakan komponen kunci dalam menumbuhkan minat berwirausaha, yang dapat dimoderasi oleh pendidikan kewirausahaan. Hal ini sejalan dengan temuan Angkoso et al (2022) yang menemukan bahwa sikap pribadi dan efikasi diri memiliki pengaruh signifikan terhadap minat wirausaha, menunjukkan bahwa faktor psikologis juga memainkan peran penting.

Tabel 3.1 Indikator Variabel

Variabel	Indikator	Item	Skala	Sumber
	Harapan	✓ Saya ingin kuliah sambil berwirausaha ✓ Saya yakin bahwa menjadi seorang wirausaha akan memberikan	Likert	(Endang, 2024) & (Winardi, 2001)

Motivasi		keuntungan finansial. ✓ Saya yakin bahwa menjadi wirausahawan akan berkembang dan dapat menciptakan peluang demi peluang		
	Valensi	✓ Saya merasa mampu menjalankan bisnis sendiri dengan baik ✓ Saya ingin mempunyai kemampuan kewirausahaan sehingga dapat bermanfaat untuk banyak orang ✓ Saya merasa bahwa bekerja mandiri sebagai wirausaha lebih menarik daripada menjadi karyawan. ✓ Saya merasa berwirausaha memberikan nilai hidup yang lebih bermakna dibandingkan bekerja di perusahaan		
	Peralatan atau kebutuhan	✓ Saya memiliki akses ke sumber daya yang diperlukan untuk memulai usaha. ✓ Saya memiliki akses ke sumber daya yang diperlukan untuk memulai usaha.		

		✓ Saya merasa bahwa lingkungan tempat tinggal saya memberikan dukungan yang baik untuk memulai usaha		
Pengetahuan Kewirausahaan	Memiliki kompetensi kewirausahaan	✓ Saya merasa memiliki kemampuan untuk mengenali peluang usaha di sekitar saya. ✓ Pengetahuan kewirausahaan membantu saya mengembangkan produk inovatif yang disukai oleh konsumen	Likert	(Endang, 2024) & (Puspita ningsih, 2014)
	Meningkatkan pendidikan kewirausahaan	✓ Materi kewirausahaan yang diajarkan membantu saya memahami dunia bisnis		
	Mengintegrasikan kurikulum pendidikan kewirausahaan	✓ Saya terdorong untuk mencoba kemampuan berwirausaha setelah mempelajari pengetahuan tentang kewirausahaan ✓ Saya mendapatkan bimbingan dari pengajar mengenai kewirausahaan.		
<i>Self Confident</i>	Kemampuan Adaptasi	✓ Saya merasa yakin dapat beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan	Likert	(Garaika et al., 2019)

		lingkungan bisnis.		
	Keyakinan Menghadapi Risiko	✓ Saya optimis bahwa setiap tantangan dalam bisnis dapat diatasi dengan baik.		
	Optimisme dalam Keputusan Bisnis	✓ Saya merasa yakin bahwa keputusan bisnis saya akan memberikan hasil yang positif.		
	Kepercayaan pada Kemampuan Pribadi	✓ Saya percaya diri bahwa saya memiliki kemampuan untuk memulai sebuah bisnis.		
Minat Berwirausaha	Motivasi internal	✓ Saya berminat berwirausaha karena usaha tersebut dapat dijalankan sebagai pekerjaan tambahan dengan kebutuhan modal yang minimal ✓ Saya merasa tertantang untuk memecahkan masalah yang berkaitan dengan kewirausahaan.	Likert	(Endang, 2024)
	Motif sosial	✓ Saya ingin menjadi pengusaha agar dapat memberikan manfaat bagi masyarakat.		
	Emosi	✓ Saya bersemangat ketika membicarakan peluang bisnis.		

Sumber: diolah oleh peneliti (2025)

3.8. Skala Pengukuran

Skala Likert dipilih karena sifatnya yang sederhana, mudah dipahami, dan mampu menangkap variansi jawaban secara efektif, terutama untuk responden yang memiliki pengetahuan terhadap objek penelitian (Bolton & Brace, 2022). Penelitian ini menggunakan kerangka berikut untuk pengukuran skala Likert :

Tabel 3.2 Skala Pengukuran Likert

Jawaban	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: diolah oleh peneliti (2025)

3.9. Uji Instrumen

Instrumen penelitian adalah alat yang digunakan untuk mengumpulkan data atau mengukur objek dari variabel penelitian. Untuk mendapatkan data yang benar dan membuat kesimpulan yang sesuai dengan keadaan sebenarnya, diperlukan instrumen yang valid dan konsisten dan akurat dalam menyampaikan hasil penelitian (Yusup, 2018).

1. Uji Validitas

Instrumen penelitian dinyatakan valid apabila mampu mengukur aspek yang sesuai dengan tujuan penelitian. Untuk menguji keabsahan instrumen penelitian, kuesioner harus memenuhi syarat validitas (Supriyanto & Maharani, 2013). Dalam pengambilan keputusan uji validitas, terdapat beberapa ketentuan sebagai berikut:

- a. Jika nilai r hitung $> r$ tabel 1 (lebih besar dari 0,05 atau 5%) maka item pertanyaan dalam kuesioner dinyatakan valid.
- b. Jika nilai r hitung $< r$ tabel 1 (lebih kecil dari 0,05 atau 5%) maka item pertanyaan dalam kuesioner dinyatakan tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Setelah instrumen penelitian dinyatakan valid, langkah selanjutnya adalah melakukan uji reliabilitas. Reliabilitas merupakan tingkat ketepatan, keakuratan, dan konsistensi yang ditunjukkan oleh suatu alat ukur (Sujarweni, 2015). Menurut Marzuki *et al.* (2020), uji reliabilitas bertujuan untuk memastikan apakah kuesioner yang digunakan mampu menjelaskan penelitian secara konsisten. Kuesioner dianggap reliabel apabila memiliki nilai Cronbach Alpha tertentu. Dasar pengambilan keputusan uji reliabilitas adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai Cronbach Alpha $> 0,60$, maka kuesioner dinyatakan reliabel.
- b. Jika nilai Cronbach Alpha $< 0,60$, maka kuesioner dinyatakan tidak reliabel.

3.10. Analisis Data

Analisis data dilakukan untuk mencapai tujuan penelitian. Dalam penelitian ini, metode analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh motivasi, pengetahuan kewirausahaan, dan *self-confidence* terhadap minat berwirausaha di kalangan Generasi Z dengan menggunakan *software* SPSS 23

3.10.1. Uji Asumsi Klasik

Keberadaan normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi dalam model regresi ditentukan melalui uji asumsi klasik.

Model regresi yang baik adalah model yang memenuhi semua asumsi klasik, yaitu data berdistribusi normal, tidak terjadi multikolinearitas, autokorelasi, maupun heteroskedastisitas. Seluruh asumsi klasik wajib terpenuhi agar model regresi menghasilkan estimasi yang tidak bias dan hasil pengujian yang dapat dipercaya (Purnomo, 2016).

3.10.2. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan dalam model regresi untuk mengetahui apakah nilai residual yang dihasilkan memiliki distribusi normal. Model regresi yang baik ditandai dengan nilai residual yang berdistribusi normal. Pada penelitian ini menggunakan Uji Kolmogorov-Smirnov (Purnomo, 2016). Dasar pengambilan keputusan uji reliabilitas adalah jika nilai signifikansi $> 0,005$ aka berdistribusi normal, sedangkan jika nilai signifikansi $< 0,005$, maka variabel tidak berdistribusi normal

3.10.3. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas terjadi ketika varian residual tidak sama pada setiap pengamatan dalam model regresi. Model regresi yang baik ditandai dengan tidak adanya gejala heteroskedastisitas. Gejala ini dapat diidentifikasi menggunakan metode korelasi Spearman's rho, di mana jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka tidak terdapat masalah heteroskedastisitas. Selain itu, heteroskedastisitas juga dapat dikenali melalui grafik, di mana jika titik-titik data tidak membentuk pola tertentu, maka model dianggap bebas dari gejala heteroskedastisitas (Purnomo, 2016).

3.10.4. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah kondisi di mana terdapat hubungan linier yang sangat kuat, baik sempurna maupun mendekati sempurna, antara variabel independen dalam model regresi. Model regresi yang baik seharusnya tidak menunjukkan hubungan linier sempurna di antara variabel bebasnya. Gejala multikolinearitas dapat diketahui dengan melihat nilai *dari Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance*. Apabila nilai $VIF < 10$ atau nilai $tolerance > 0,01$, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas di antara variabel independen dalam model regresi.

3.10.5. Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda merupakan metode analisis yang digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel independen dan variabel dependen guna memahami sejauh mana pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Penelitian yang melibatkan lebih dari satu variabel independen umumnya menggunakan regresi linear berganda sebagai metode analisis data.

Persamaan model regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y : Minat Menjadi Wirausaha

a : Konstanta

X1 : Motivasi

X2 : Pengetahuan Wirausaha

X3 : *Self Confidence*

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$: Koefisien Variabel Independen

e : Residual (Error)

3.10.6. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dalam penelitian digunakan untuk membuktikan apakah hipotesis atau dugaan sementara yang telah dirumuskan akan diterima atau ditolak. Hipotesis masih bersifat dugaan, sehingga kebenarannya perlu dibuktikan melalui pengujian ini (Sugiyono, 2017).

3.10.6.1. Uji T

Uji t atau uji parsial digunakan untuk mengetahui pengaruh secara parsial dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Jika nilai t hitung $>$ t tabel, maka H_0 ditolak, artinya variabel independen memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika t hitung $<$ t tabel, maka H_0 diterima, yang berarti variabel independen tidak berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen.

3.10.6.2. Uji F

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh secara simultan atau keseluruhan dari variabel independen terhadap variabel dependen. Jika nilai F hitung $>$ F tabel, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti terdapat pengaruh signifikan secara simultan dari seluruh variabel independen terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika F hitung $<$ F tabel, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, yang berarti tidak ada pengaruh signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

3.10.6.3. Uji Koefisiensi Determinasi

Uji Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur sejauh mana kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi berkisar antara nol hingga satu. Jika nilai R^2 mendekati nol, maka kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat kecil. Sebaliknya, jika nilai R^2 mendekati satu, maka kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen semakin besar (Sugiyono, 2017).

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

3

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Malang dengan objek penelitian berupa mahasiswa dari empat perguruan tinggi negeri, yaitu Universitas Brawijaya (UB), Universitas Negeri Malang (UM), Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang (UIN Malang), dan Politeknik Negeri Malang (Polinema). Keempat perguruan tinggi tersebut dipilih karena memiliki jumlah mahasiswa Generasi Z yang signifikan serta program dan fasilitas kewirausahaan yang mendukung pengembangan minat berwirausaha.

Kota Malang sendiri dikenal sebagai kota pendidikan dengan populasi mahasiswa yang besar, serta sebagai salah satu wilayah dengan pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang sangat pesat. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Malang, hingga akhir tahun 2023 terdapat 29.058 unit UMKM yang aktif, mengalami lonjakan hampir tiga kali lipat dibandingkan tahun 2022 yang hanya berjumlah 7.920 unit. Pertumbuhan ini menunjukkan adanya dinamika kewirausahaan yang kuat di Kota Malang, menjadikannya tempat yang tepat untuk meneliti faktor-faktor yang memengaruhi minat berwirausaha, khususnya di kalangan Generasi Z.

Generasi Z, yang dalam penelitian ini didefinisikan sebagai individu berusia 12–27 tahun, merupakan kelompok usia produktif dengan potensi

tinggi untuk menjadi pelaku wirausaha masa depan. Mahasiswa dari perguruan tinggi negeri dipilih sebagai subjek penelitian karena memiliki akses lebih besar terhadap program kewirausahaan, inkubasi bisnis, serta pendanaan dari kampus. Selain itu, keberagaman latar belakang akademik mahasiswa dari perguruan tinggi negeri diharapkan dapat memberikan pandangan yang lebih luas dan beragam terkait dengan motivasi, pengetahuan kewirausahaan, dan kepercayaan diri (*self-confidence*) dalam memengaruhi minat mereka untuk menjadi wirausaha.

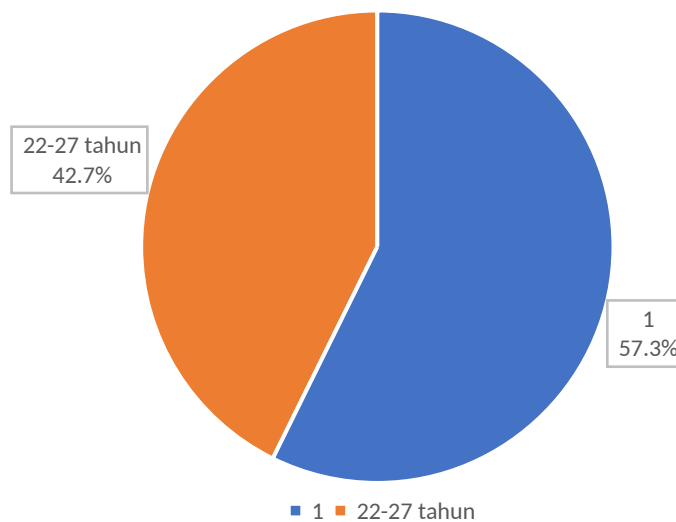
4.1.2 Gambaran Umum Responden

Responden pada penelitian ini memiliki karakteristik dan latar belakang yang berbeda-beda. Oleh karena itu, responden pada penelitian ini dibedakan berdasarkan jenis kelamin, nilai IPK, tahun masuk perguruan tinggi, asal instansi, dan jurusan/program studi. Adapun uraian karakteristik responden pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

4.1.2.1 Responden Berdasarkan Usia

Usia responden dibagi menjadi dua kategori, yaitu 17-21 & 22-27. Berikut usia oleh responden pada penelitian ini:

Gambar 4.1 Grafik Responden Berdasarkan Jenis Usia



Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Usia

No.	Usia	Jumlah Responden	Persentase
1.	17-21	90	57,3%
2.	22-27	67	42,7%
Total		157	100%

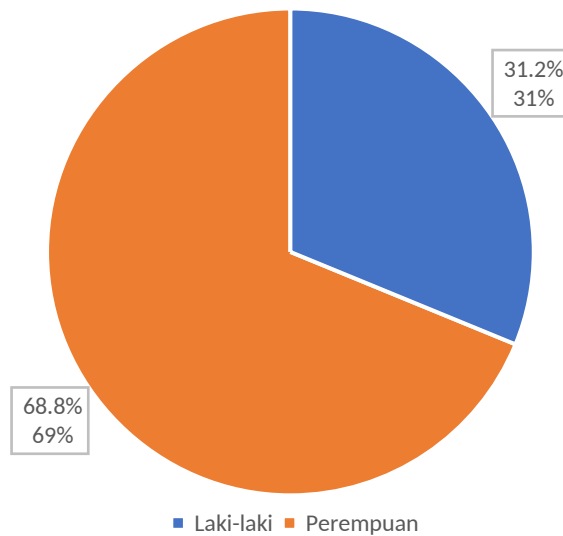
Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Berdasarkan gambar dan tabel 4.1 diatas, jumlah responden dengan usia 17-21 adalah 90 atau 57,3% dan jumlah responden dengan usia 22-27 adalah 67 atau 42,7%.

4.1.2.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin responden dibagi menjadi dua kategori, yaitu laki-laki dan perempuan. Berikut jenis kelamin oleh responden pada penelitian ini:

Gambar 4.2 Grafik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin



Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase
1.	Laki-laki	49	31,2%
2.	Perempuan	108	68,8%
Total		157	100%

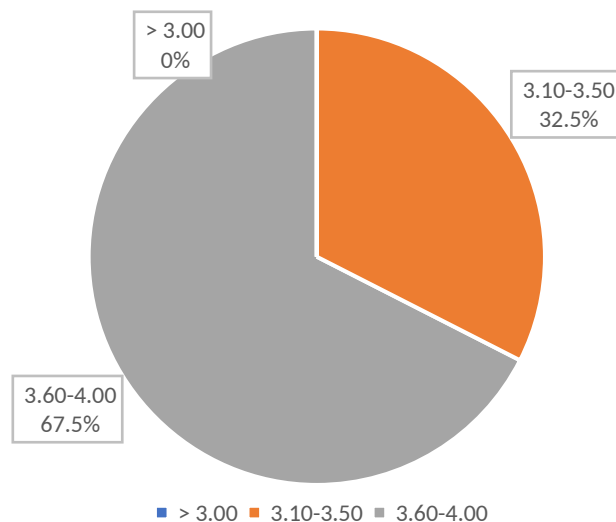
Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Berdasarkan gambar dan tabel 4.2 diatas, jumlah responden dengan jenis kelamin laki-laki adalah 49 atau 31,2% dan jumlah responden dengan jenis kelamin perempuan adalah 108 atau 68,8%.

4.1.2.3 Responden Berdasarkan Nilai IPK

Nilai IPK responden pada penelitian ini terbagi menjadi 3 kategori, yakni rentang nilai $> 3,00$, $3,10 - 3,50$, $3,60 - 4,00$. Berikut nilai IPK oleh responden pada penelitian ini:

Gambar 4.3 Responden Berdasarkan Nilai IPK



Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Nilai IPK

No.	Rentang Nilai IPK	Jumlah Responden	Persentase
1.	> 3,00	0	0%
2.	3,10 – 3,50	51	32,5%
3.	3,60 – 4,00	106	67,5%
Total		157	100%

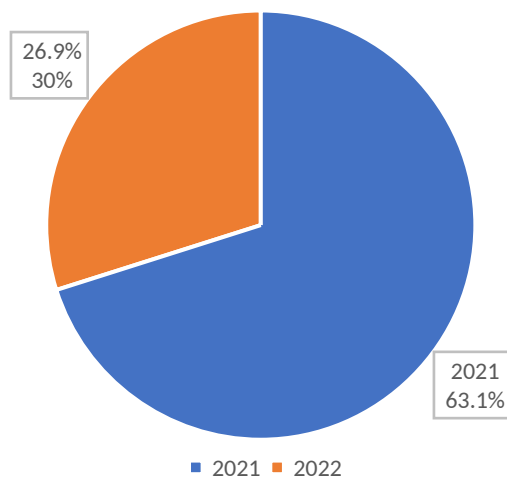
Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Berdasarkan gambar dan tabel 4.3 diatas, jumlah responden berdasarkan nilai IPK > 3,00 adalah 0, jumlah responden berdasarkan rentang nilai IPK 3,10 – 3,50 adalah 5, dan jumlah responden berdasarkan rentang nilai IPK 3,60 – 4,00 adalah 106.

4.1.2.4 Responden Berdasarkan Tahun Masuk Perguruan Tinggi

Angkatan masuk responden pada penelitian ini terbagi menjadi dua kategori: 2021 dan 2022. Berikut tahun masuk perguruan tinggi oleh responden pada penelitian ini:

Gambar 4.4 Responden Berdasarkan Tahun Masuk Perguruan Tinggi



Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Tahun Masuk Perguruan Tinggi

No.	Tahun	Jumlah Responden	Persentase
1.	2021	99	63,1%
2.	2022	58	36,9%
Total		157	100%

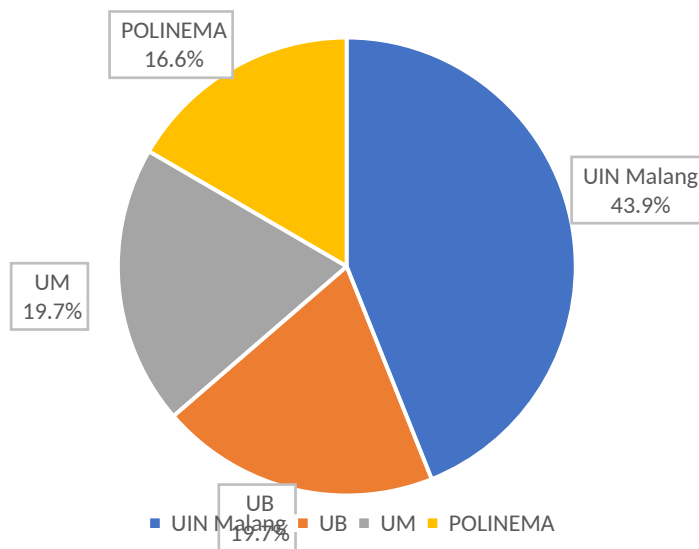
Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Berdasarkan gambar dan tabel 4.4 diatas, jumlah responden yang masuk perguruan tinggi di tahun 2021 adalah 99 atau 63,1% dan jumlah responden yang masuk perguruan tinggi di tahun 2022 adalah 58 atau 36,9%.

4.1.2.5 Responden Berdasarkan Asal Instansi

Asal instansi responden pada penelitian ini terbagi menjadi empat kategori, yaitu UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, Universitas Brawijaya, Universitas Negeri Malang, dan Politeknik Negeri Malang. Berikut asal instansi oleh responden pada penelitian ini:

Gambar 4.5 Responden Berdasarkan Asal Instansi



Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Asal Instansi

No.	Asal Instansi	Jumlah Responden	Persentase
1.	UIN Maulana Malik Ibrahim Malang	69	43,9%
2.	Universitas Brawijaya	31	19,7%
3.	Uniersitas Negeri Malang	31	19,7%
4.	Politeknik Negeri Malang	26	16,6%
Total		157	100%

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

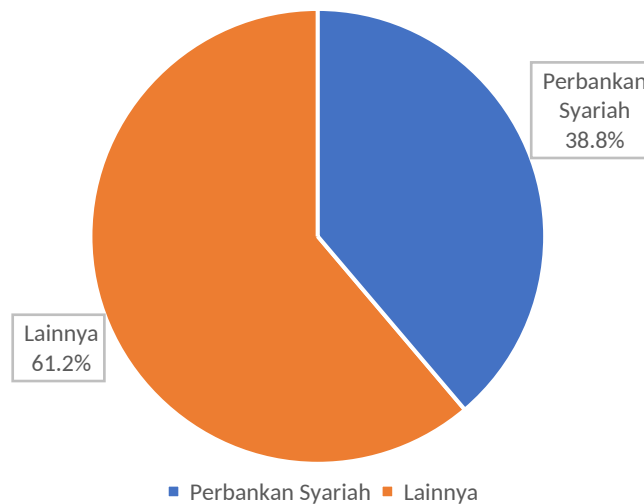
Berdasarkan gambar dan tabel 4.5 diatas, jumlah responden asal instansi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang adalah 69 atau 43,9%, jumlah responden asal instansi Universitas Brawijaya adalah 31 atau 19,7%, jumlah responden asal instansi Universitas Negeri Malang adalah 31 atau 19,7%, dan jumlah responden asal instansi Politeknik Negeri Malang adalah 26 atau 16,6%.

4.1.2.6 Responden Berdasarkan Jurusan/Program Studi

Jurusan/program studi responden pada penelitan ini terbagi menjadi

2, yaitu perbankan syariah dan lainnya. Berikut jurusan/program studi oleh responden pada penelitian ini:

Gambar 4.6 Responden Berdasarkan Jurusan/Program Studi



Tabel 4.6 Responden Berdasarkan Jurusan/Program Studi

No.	Jurusan/Program Studi	Jumlah Responden	Persentase
1.	Perbankan Syariah	61	38,8%
2.	Lainnya	96	61,2%
Total		157	100%

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Berdasarkan gambar dan tabel 4.6 diatas, jumlah responden jurusan/program studi perbankan syariah adalah 61 atau 38,8%, jumlah responden jurusan/program studi lainnya adalah 96 atau 61,2%.

4.1.3 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

Salah satu komponen analisis deskriptif adalah deskripsi frekuensi variabel, yang dimasukkan untuk memberikan gambaran singkat tentang tabel frekuensi data.

4.1.2.

4.1.3.1 Variabel Motivasi (X1)

Dalam penelitian ini, variabel motivasi memiliki 3 indikator untuk menilai, yaitu harapan, valensi, dan peralatan. Untuk mengukur indikator, pengukuran kuantitatif dilakukan dengan memberikan skor kepada responden berdasarkan persepsi mereka terhadap berbagai aspek dari setiap indikator secara objektif. Berikut tabel yang menggambarkan persepsi responden terhadap variabel motivasi:

Tabel 4.7 Frekuensi Variabel Motivasi (X1)

Variabel	Item	STS		TS		N		S		S		Mean
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
Motivasi (X1)	X1.1	1	0,6	3	1,9	83	52,9	67	42,7	3	1,9	3,43
	X1.2	0	0	4	2,5	94	59,9	55	35	4	2,5	3,38
	X1.3	0	0	4	2,5	111	70,7	39	24,8	3	1,9	3,26
	X1.4	0	0	6	3,8	120	76,4	30	19,1	1	0,6	3,17
	X1.5	0	0	13	8,3	118	75,2	24	15,3	2	1,3	3,10
	X1.6	0	0	20	12,7	121	77,1	13	8,3	3	1,9	2,99
	X1.7	1	0,6	30	19,1	113	72	11	7	2	1,3	2,89
	X1.8	1	0,6	46	29,3	99	63,1	11	7	0	0	2,76
	X1.9	1	0,6	65	41,4	80	51	9	5,7	2	1,3	2,66

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Berdasarkan perhitungan distribusi frekuensi pada variabel motivasi, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- Pada item X1.1 dengan pernyataan “Saya ingin kuliah sambil berwirausaha” diperoleh jawaban terbanyak adalah netral. Dengan jumlah 83 responden.
- Pada item X1.2 dengan pernyataan “Saya yakin bahwa menjadi seorang wirausaha akan memberikan keuntungan finansial” diperoleh jawaban

terbanyak adalah netral. Dengan jumlah 94 responden.

- c. Pada item X1.3 dengan pernyataan “Saya yakin bahwa menjadi wirausahawan akan berkembang dan dapat menciptakan peluang demi peluang” diperoleh jawaban terbanyak adalah netral. Dengan jumlah 111 responden.
- d. Pada item X1.4 dengan pernyataan “Saya merasa mampu menjalankan bisnis sendiri dengan baik” diperoleh jawaban terbanyak adalah netral. Dengan jumlah 120 responden.
- e. Pada item X1.5 dengan pernyataan “Saya ingin mempunyai kemampuan kewirausahaan sehingga dapat bermanfaat untuk banyak orang” diperoleh jawaban terbanyak adalah netral. Dengan jumlah 118 responden.
- f. Pada item X1.6 dengan pernyataan “Saya merasa bahwa bekerja mandiri sebagai wirausaha lebih menarik daripada menjadi karyawan” diperoleh jawaban terbanyak adalah netral. Dengan jumlah 121 responden.
- g. Pada item X1.7 dengan pernyataan “Saya merasa berwirausaha memberikan nilai hidup yang lebih bermakna dibandingkan bekerja di perusahaan” diperoleh jawaban terbanyak adalah netral. Dengan jumlah 113 responden.
- h. Pada item X1.8 dengan pernyataan “Saya memiliki akses ke sumber daya yang diperlukan untuk memulai usaha” diperoleh jawaban terbanyak adalah netral. Dengan jumlah 99 responden.

- i. Pada item X1.9 dengan pernyataan “Saya merasa bahwa lingkungan tempat tinggal saya memberikan dukungan yang baik untuk memulai usaha” diperoleh jawaban terbanyak adalah netral. Dengan jumlah 80 responden.

4.1.3.2 Variabel Pengetahuan Wirausaha (X2)

Dalam penelitian ini, variabel pengetahuan wirausaha memiliki 3 indikator untuk menilai, yaitu memiliki kompetensi kewirausahaan dasar, meningkatkan pendidikan kewirausahaan, mengintegrasikan kurikulum pendidikan kewirausahaan. Untuk mengukur indikator, pengukuran kuantitatif dilakukan dengan memberikan skor kepada responden berdasarkan persepsi mereka terhadap berbagai aspek dari setiap indikator secara objektif. Berikut tabel yang menggambarkan persepsi responden terhadap variabel pengetahuan wirausaha:

Tabel 4.8 Frekuensi Variabel Pengetahuan Wirausaha (X2)

Variabel	Item	Skor										Mean
		STS		TS		N		S		SS		
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
Pengetahuan Wirausaha (X2)	X2.1	0	0	5	3,2	57	36,3	73	46,5	22	14	3,71
	X2.2	0	0	8	5,1	57	36,3	62	39,5	30	19,1	3,73
	X2.3	1	0,6	4	2,5	55	35	74	47,1	23	14,6	3,73
	X2.4	0	0	7	4,5	50	31,8	78	49,7	22	14	3,73
	X2.5	0	0	7	4,5	50	31,8	76	48,4	24	15,3	3,75

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Berdasarkan perhitungan distribusi frekuensi pada variabel motivasi, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Pada item X2.1 dengan pernyataan “Saya merasa memiliki kemampuan untuk mengenali peluang usaha di sekitar saya” diperoleh jawaban

terbanyak adalah setuju. Dengan jumlah 73 responden.

- b. Pada item X2.2 dengan pernyataan “Pengetahuan kewirausahaan membantu saya mengembangkan produk inovatif yang disukai oleh konsumen” diperoleh jawaban terbanyak adalah setuju. Dengan jumlah 62 responden.
- c. Pada item X2.3 dengan pernyataan “Materi kewirausahaan yang diajarkan membantu saya memahami dunia bisnis” diperoleh jawaban terbanyak adalah setuju. Dengan jumlah 74 responden.
- d. Pada item X2.4 dengan pernyataan “Saya terdorong untuk mencoba kemampuan berwirausaha setelah mempelajari pengetahuan tentang kewirausahaan” diperoleh jawaban terbanyak adalah setuju. Dengan jumlah 78 responden.
- e. Pada item X2.5 dengan pernyataan “Saya mendapatkan bimbingan dari pengajar mengenai kewirausahaan” diperoleh jawaban terbanyak adalah setuju. Dengan jumlah 76 responden.

4.1.3.3 Variabel Self Confidence (X3)

Dalam penelitian ini, variabel *self confidence* memiliki 4 indikator untuk menilai, yaitu kemampuan adaptasi, keyakinan menghadapi risiko, optimisme dalam keputusan bisnis, kepercayaan pada kemampuan pribadi. Untuk mengukur indikator, pengukuran kuantitatif dilakukan dengan memberikan skor kepada responden berdasarkan persepsi mereka terhadap berbagai aspek dari setiap indikator secara objektif. Berikut tabel yang menggambarkan persepsi responden terhadap variabel *self confidence*:

Tabel 4.9 Frekuensi Variabel *Self Confidence* (X3)

Variabel	Item	Skor										Mean
		STS		TS		N		S		SS		
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
Self Confidence (X3)	X3.1	0	0	6	3,8	67	42,7	60	38,2	24	15,3	3,65
	X3.2	0	0	8	5,1	53	33,8	74	47,1	22	14	3,70
	X3.3	0	0	7	4,5	55	35	69	44	26	16,6	3,73
	X3.4	0	0	4	2,5	53	44	81	51,6	19	12,1	3,73

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Berdasarkan perhitungan distribusi frekuensi pada variabel motivasi, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- Pada item X3.1 dengan pernyataan “Saya merasa yakin dapat beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan lingkungan bisnis” diperoleh jawaban terbanyak adalah netral. Dengan jumlah 67 responden.
- Pada item X3.2 dengan pernyataan “Saya optimis bahwa setiap tantangan dalam bisnis dapat diatasi dengan baik” diperoleh jawaban terbanyak adalah setuju. Dengan jumlah 74 responden.
- Pada item X3.3 dengan pernyataan “Saya merasa yakin bahwa keputusan bisnis saya akan memberikan hasil yang positif” diperoleh jawaban terbanyak adalah setuju Dengan jumlah 69 responden.
- Pada item X3.4 dengan pernyataan “Saya percaya diri bahwa saya memiliki kemampuan untuk memulai sebuah bisnis” diperoleh jawaban terbanyak adalah setuju. Dengan jumlah 81 responden.

4.1.3.4 Variabel Minat Berwirausaha (Y)

Dalam penelitian ini, variabel minat wirausaha memiliki 3 indikator untuk menilai, yaitu motivasi internal, motif sosial, emosi. Untuk mengukur

indikator, pengukuran kuantitatif dilakukan dengan memberikan skor kepada responden berdasarkan persepsi mereka terhadap berbagai aspek dari setiap indikator secara objektif. Berikut tabel yang menggambarkan persepsi responden terhadap variabel minat wirausaha:

Tabel 4.10 Frekuensi Variabel Minat Berwirausaha (Y)

Variabel	Item	Skor										Mean
		STS		TS		N		S		SS		
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
Minat Berwirausaha (Y)	Y.1	0	0	9	5,7	80	51	66	42	2	1,3	3,39
	Y.2	0	0	19	12,1	93	59,2	45	28,7	0		3,17
	Y.3	1	0,6	36	22,9	95	60,5	22	14	3	1,9	2,94
	Y.4	6	1,3	57	36,3	78	49,7	14	8,9	2	1,3	2,70

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Berdasarkan perhitungan distribusi frekuensi pada variabel motivasi, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- Pada item Y1 dengan pernyataan “Saya berminat berwirausaha karena usaha tersebut dapat dijalankan sebagai pekerjaan tambahan dengan kebutuhan modal yang minimal” diperoleh jawaban terbanyak adalah netral. Dengan jumlah 80 responden.
- Pada item Y2 dengan pernyataan “Saya merasa tertantang untuk memecahkan masalah yang berkaitan dengan kewirausahaan” diperoleh jawaban terbanyak adalah netral. Dengan jumlah 93 responden.
- Pada item Y3 dengan pernyataan “Saya ingin menjadi pengusaha agar dapat memberikan manfaat bagi masyarakat” diperoleh jawaban terbanyak adalah netral. Dengan jumlah 95 responden.
- Pada item Y4 dengan pernyataan “Saya bersemangat ketika

membicarakan peluang bisnis” diperoleh jawaban terbanyak adalah netral. Dengan jumlah 78 responden.

4.1.4 Hasil Uji Instrumen Penelitian

4.1.3.

4.1.4.1 Uji Validitas

Kuesioner dianggap valid jika pertanyaannya dapat menggambarkan dengan tepat apa yang dimaksudkan untuk diukur, memiliki korelasi positif dengan skor total variabel, dan menunjukkan hasil yang signifikan.

Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	R Hitung	R Tabel	Sig.	<i>a</i>	Keterangan
Motivasi (X1)	X1.1	0,674	0,157	0,000	0,05	Valid
	X1.2	0,848	0,157	0,000	0,05	Valid
	X1.3	0,821	0,157	0,000	0,05	Valid
	X1.4	0,791	0,157	0,000	0,05	Valid
	X1.5	0,838	0,157	0,000	0,05	Valid
	X1.6	0,802	0,157	0,000	0,05	Valid
	X1.7	0,818	0,157	0,000	0,05	Valid
	X1.8	0,787	0,157	0,000	0,05	Valid
	X1.9	0,853	0,157	0,000	0,05	Valid
Pengetahuan Wirausaha (X2)	X2.1	0,796	0,157	0,000	0,05	Valid
	X2.2	0,803	0,157	0,000	0,05	Valid
	X2.3	0,818	0,157	0,000	0,05	Valid
	X2.4	0,862	0,157	0,000	0,05	Valid
	X2.5	0,810	0,157	0,000	0,05	Valid

Self Convidence (X3)	X3.1	0,784	0,157	0,000	0,05	Valid
	X3.2	0,860	0,157	0,000	0,05	Valid
	X3.3	0,860	0,157	0,000	0,05	Valid
	X3.4	0,804	0,157	0,000	0,05	Valid
Minat Berwirausaha (Y)	Y.1	0,869	0,157	0,000	0,05	Valid
	Y.2	0,883	0,157	0,000	0,05	Valid
	Y.3	0,894	0,157	0,000	0,05	Valid
	Y.4	0,921	0,157	0,000	0,05	Valid

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Berdasarkan tabel 4.11 diatas, variabel motivasi (X1), pengetahuan wirausaha (X2), *self confidence* (X3) dan minat berwirausaha (Y) memiliki nilai r hitung lebih besar daripada nilai r tabel yaitu sebesar 0,157. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa item pertanyaan tersebut dinyatakan valid.

4.1.4.2 Uji Realibilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk menilai sejauh mana kuesioner memberikan hasil yang konsisten saat digunakan berulang kali. Apabila tanggapan seseorang terhadap pernyataan tetap stabil dari waktu ke waktu, maka kuesioner tersebut dapat dianggap andal atau dapat dipercaya.

Tabel 4.12 Hasil Uji Realibilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Standar	Keterangan
Motivasi (X1)	0,930	0,60	Reliabel
Pengetahuan Wirausaha (X2)	0,875	0,60	Reliabel
<i>Self Cofidence</i> (X3)	0,873	0,60	Reliabel
Minat Berwirausaha (Y)	0,913	0,60	Reliabel

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Berdasarkan tabel 4.12 di atas, terlihat bahwa nilai reliabilitas untuk variabel motivasi (X1), pengetahuan berwirausaha (X2), *self confidence* (X3), dan minat berwirausaha (Y) semuanya melebihi angka 0,60. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa instrumen yang digunakan tergolong reliabel.

4.1.5 Hasil Uji Asumsi Klasik

4.1.4.

4.1.5.1 Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan metode yang digunakan untuk mengetahui apakah residual dari model regresi antara variabel dependen dan independen mengikuti distribusi normal. Model regresi yang baik ditandai dengan residual yang terdistribusi normal. Dalam penelitian ini, pengujian normalitas dilakukan dengan menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov. Menurut Ghazali (2018), asumsi normalitas dianggap terpenuhi apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, yang menunjukkan bahwa sampel berasal dari populasi dengan distribusi normal. Sebaliknya, jika nilai signifikansi di bawah 0,05, maka asumsi normalitas tidak terpenuhi. Berikut hasil uji normalitas berdasarkan uji kolmogorof-smirnov:

Tabel 4.13 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
N		Unstandardized Residual
		157
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000

Most Extreme Differences	Std. Deviation	1.67493544
	Absolute	.063
	Positive	.045
	Negative	-.063
Test Statistic		.063
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Berdasarkan hasil uji normalitas yang ditampilkan pada tabel 4.13, diketahui bahwa nilai signifikansi residual sebesar 0,200. Karena nilai tersebut lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini terdistribusi secara normal.

4.1.5.2 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2018), uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat ketidaksamaan varians dari residual untuk satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Jika varians residual tetap atau konsisten, maka disebut homoskedastisitas, sedangkan jika bervariasi, maka disebut heteroskedastisitas.

Dalam penelitian ini, pengujian heteroskedastisitas dilakukan menggunakan uji koefisien glejser, yaitu dengan meregresikan nilai absolut residual (ABS_RES) terhadap variabel independen. Indikasi tidak adanya heteroskedastisitas ditunjukkan apabila nilai signifikansi (Sig.) masing-masing variabel independen lebih besar dari 0,05. Sebaliknya, jika nilai signifikansi kurang dari 0,05, maka terdapat gejala heteroskedastisitas. Berikut tabel hasil uji heteroskedastisitas berdasarkan uji glejser:

Tabel 4.14 Hasil Uji Heteroskedastisitas Glejser

Model	Unstandardized	Standardized Coefficients	t	Sig.
-------	----------------	---------------------------	---	------

	Coefficients		Beta		
	B	Std. Error			
(Constant)	1.276	.774		1.649	.101
Motivasi (X1)	-.006	.019	-.027	-.331	.741
Pengetahuan Wirausaha (X2)	-.012	.025	-.038	-.466	.642
Self Confidence (X3)	.033	.031	.085	1.052	.294

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa semua model mempunyai nilai signifikan $> 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas

4.1.5.3 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui nilai tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Kriteria yang digunakan adalah jika nilai tolerance lebih besar dari 0,01 dan nilai VIF kurang dari 10, maka model regresi tidak mengandung multikolinearitas. Namun, jika nilai tolerance kurang dari 0,01 dan VIF melebihi 10, maka terdapat indikasi bahwa model mengalami multikolinearitas. Hasil pengujian multikolinearitas tersebut ditampilkan dalam tabel berikut:

Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF

Motivasi (X1)	.958	1.044
Pengetahuan Wirausaha (X2)	.970	1.031
<i>Self Confidence</i> (X3)	.981	1.019
a. Dependent Variable: Y		

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Berdasarkan Tabel 4.15, terlihat bahwa nilai tolerance untuk variabel X1 sebesar 0,958, X2 sebesar 0,970, dan X3 sebesar 0,981. Sementara itu, nilai VIF untuk masing-masing variabel adalah X1 sebesar 1,044, X2 sebesar 1,031, dan X3 sebesar 1,019. Karena seluruh nilai tolerance $> 0,01$ dan VIF < 10 , maka dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi ini tidak terjadi multikolinearitas. Artinya, hubungan antar variabel independen tidak saling memengaruhi secara signifikan dan model regresi layak digunakan.

4.1.6 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengukur pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, baik secara simultan maupun parsial. Dalam penelitian ini, analisis tersebut diterapkan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh pengetahuan, motivasi, dan religiusitas terhadap minat generasi Z pada mahasiswa Kota Malang dalam berkarir di bank syariah. Hasil dari analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4.16 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
	-3.083	1.359		-2.268	.025

1 (Constant)	.353	.034	.604	10.392	.000
Motivasi (X1)	.154	.044	.203	3.522	.001
Pengetahuan Wirausaha (X2)	.178	.055	.186	3.247	.001
Self Confidence (X3)					
a. Dependent Variable: Y					

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Berdasarkan hasil pengujian regresi linier berganda pada tabel 4.16 di atas, diketahui bahwa nilai konstanta sebesar -3,083 dan koefisien regresi motivasi (X1) sebesar 0,353, pengetahuan wirausaha (X2) sebesar 0,154, serta *self confidence* (X3) sebesar 0,178. Dengan demikian, persamaan regresi linier berganda yang diperoleh adalah:

$$Y = \alpha + \beta X1 + \beta X2 + \beta X3$$

$$Y = -3,083 + 0,353 X1 + 0,154 X2 + 0,178 X3$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen (Minat generasi Z di Kota Malang untuk berwirausaha)

α = Nilai konstanta

β = Koefisien regresi

X1 = Motivasi

X2 = Pengetahuan wirausaha

X3 = *Self confidence* (kepercayaan diri)

e = standar error

Model persamaan regresi linier berganda ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

Nilai koefisien konstanta sebesar -3,083 yang bernilai negatif menunjukkan

bahwa tanpa adanya variabel motivasi (X1), pengetahuan wirausaha (X2), dan *self confidence* (X3), maka minat generasi Z di Kota Malang untuk berwirausaha akan mengalami penurunan sebesar 3,083.

Nilai koefisien beta variabel motivasi (X1) sebesar 0,353 berarti jika variabel motivasi meningkat sebesar 1 satuan, maka minat berwirausaha akan meningkat sebesar 35,3%. Sebaliknya, jika motivasi menurun 1 satuan, maka minat juga akan menurun sebesar 35,3%.

Nilai koefisien beta variabel pengetahuan wirausaha (X2) sebesar 0,154 mengindikasikan bahwa setiap peningkatan 1 satuan pada pengetahuan wirausaha akan meningkatkan minat berwirausaha sebesar 15,4%. Begitu pula, penurunan 1 satuan pengetahuan wirausaha akan menurunkan minat sebesar 15,4%.

Nilai koefisien beta variabel *self confidence* (X3) sebesar 0,178 menunjukkan bahwa peningkatan kepercayaan diri sebesar 1 satuan akan meningkatkan minat berwirausaha sebesar 17,8%. Sebaliknya, jika *self confidence* menurun 1 satuan, maka minat berwirausaha juga akan berkurang sebesar 17,8%.

4.1.7 Hasil Uji Hipotesis

4.1.5.

4.1.6.

4.1.7.1 Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji T)

Uji t statistik digunakan untuk menentukan seberapa besar kontribusi tiap variabel independen dalam menjelaskan perubahan variabel dependen. Pada penelitian ini, pengujian t dilakukan dengan menggunakan batas signifikansi

sebesar 0,05 ($\alpha=5\%$). Dengan kata lain, apabila nilai signifikansi yang didapatkan kurang dari atau sama dengan 0,05 ($\text{sig} \leq 0,05$), maka hipotesis dianggap diterima. Sebaliknya, apabila nilai signifikansi melebihi 0,05 ($\text{sig} > 0,05$), maka hipotesis ditolak. Berikut ini disajikan hasil dari uji t parsial (uji signifikansi) yang telah dilakukan:

Tabel 4.17 Hasil Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-3.083	1.359		-2.268	.025
Motivasi (X1)	.353	.034	.604	10.392	.000
Pengetahuan Wirausaha (X2)	.154	.044	.203	3.522	.001
<i>Self Confidence</i> (X3)	.178	.055	.186	3.247	.001
a. Dependent Variable: Y					

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Berdasarkan tabel 4.17 diatas, pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial berdasarkan hasil uji t:

- Nilai t hitung untuk variabel motivasi (X1) sebesar $10,392 > t \text{ tabel } 1,96913$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga variabel motivasi berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha.
- Nilai t hitung untuk variabel pengetahuan wirausaha (X2) sebesar $3,522 > t \text{ tabel } 1,96913$ dan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$, maka variabel pengetahuan wirausaha berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha.
- Nilai t hitung untuk variabel *self confidence* (X3) sebesar $3,247 > t \text{ tabel } 1,96913$ dan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$, maka variabel *self confidence* berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha.

1,96913 dan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$, sehingga variabel *self confidence* juga berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha.

4.1.7.2 Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk menguji apakah seluruh variabel independen secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Tujuan dari pengujian ini adalah untuk menilai signifikansi gabungan dari semua variabel bebas terhadap variabel terikat dalam model regresi. Penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi sebesar 5% (0,05). Apabila nilai signifikansi F lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika nilai signifikansi lebih dari 0,05, maka tidak terdapat pengaruh simultan yang signifikan. Berikut ini disajikan hasil pengujian signifikansi simultan melalui uji F:

Tabel 4.18 Hasil Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	446.051	3	148.684	51.980	.000 ^b
	Residual	437.644	153	2.860		
	Total	883.694	156			

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Berdasarkan hasil uji F yang ditampilkan pada Tabel 4.18, diketahui bahwa nilai F hitung sebesar 51,980 dengan nilai signifikansi 0,000, yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa secara simultan, variabel motivasi (X1), pengetahuan wirausaha (X2), dan self confidence (X3) berpengaruh signifikan terhadap minat generasi Z di Kota Malang untuk

berwirausaha. Dengan demikian, model regresi ini layak digunakan untuk menjelaskan hubungan antara variabel-variabel independen dan variabel dependen.

4.2 Pembahasan Penelitian

4.2.1. Pengaruh Motivasi terhadap Minat Berwirausaha Gen Z di Kota Malang

Berdasarkan hasil uji t yang ditampilkan pada Tabel 4.17, dapat disimpulkan bahwa variabel motivasi memiliki pengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha pada Gen Z di Kota Malang. Dengan demikian, hipotesis pertama (H1) dalam penelitian ini dapat diterima. pada Gen Z di Kota Malang Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi motivasi yang dimiliki oleh individu Gen Z, semakin besar pula minat mereka untuk memulai dan menjalankan usaha sendiri.

Indikator tertinggi dalam variabel motivasi menunjukkan bahwa Gen Z di Kota Malang memiliki ketertarikan untuk menjadi wirausahawan sambil kuliah. Hal ini dikarenakan usaha tersebut dapat dijalankan secara fleksibel sebagai pekerjaan tambahan dengan kebutuhan modal yang relatif rendah. Karakteristik Gen Z yang lahir dan tumbuh di era digital serta memiliki keinginan kuat untuk mandiri secara finansial menjadikan peluang usaha mikro dan berbasis teknologi sebagai pilihan yang menarik.

Fenomena ini sejalan dengan gaya hidup Gen Z di Kota Malang yang cenderung kreatif, melek teknologi, dan aktif memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi dan pemasaran. Sebagai kota pendidikan dengan banyak perguruan tinggi, Malang menjadi tempat yang subur bagi perkembangan jiwa kewirausahaan

di kalangan mahasiswa. Selain itu, keberadaan komunitas kreatif, *co-working space*, dan *event* kewirausahaan di Malang turut memperkuat ekosistem yang mendukung semangat wirausaha di kalangan Gen Z.

Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Damayanti dan Gunawan (2022) yang juga menemukan bahwa motivasi berpengaruh terhadap minat berwirausaha. Motivasi merupakan kekuatan pendorong yang menggerakkan individu untuk beraktivitas dan mencapai tujuan tertentu. Motivasi ini tidak hanya memberikan rasa kepuasan, tetapi juga menjadi alat untuk mengatasi kekurangan yang ada dengan cara menciptakan atau mengembangkan usaha. Semakin besar dorongan motivasi yang dimiliki, maka semakin besar pula minat seseorang untuk berwirausaha. Sebaliknya, minat tersebut tidak akan muncul tanpa adanya dorongan internal yang kuat dari dalam diri individu (Damayanti & Gunawan, 2022).

Selain itu, juga sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan Penelitian oleh Usman dan Isnaeni (2020) menunjukkan bahwa motivasi merupakan salah satu faktor utama yang mendorong seseorang untuk memulai usaha. Motivasi berwirausaha bertindak sebagai kekuatan psikologis yang mendorong individu untuk menghadapi rasa takut, mengambil risiko, serta menangkap peluang yang ada di sekitarnya. Dan Penelitian lainnya oleh Septiani dan Putri (2023) menjelaskan bahwa dalam diri seorang wirausahawan sukses, motivasi berwirausaha harus tertanam dengan kuat. Dorongan ini mampu membentuk pola pikir yang adaptif dan progresif dalam mencapai target yang telah ditetapkan.

Dalam perspektif Islam, pentingnya motivasi juga ditegaskan dalam Al-Qur'an. Allah SWT berfirman dalam Surah An-Najm ayat 39:

وَأَنْ لَّيْسَ لِلْإِنْسَانِ إِلَّا مَا سَعَى

"Dan bahwasanya seorang manusia tiada memperoleh selain apa yang telah diusahakannya." (QS. An-Najm: 39).

Ayat ini menunjukkan bahwa pencapaian seseorang sangat bergantung pada upaya dan kerja keras yang dilakukannya. Islam mendorong umatnya untuk memiliki motivasi tinggi dalam bekerja dan berusaha, karena setiap hasil adalah bentuk tanggung jawab yang kelak akan dipertanggungjawabkan di hadapan Allah SWT.

Hasil temuan untuk analisis hipotesis ke 1 menunjukkan bahwa model bisnis yang fleksibel, berbasis digital, dan dapat dijalankan paruh waktu sangat relevan dengan karakteristik Gen Z di Kota Malang. Oleh karena itu, lembaga pendidikan dan pemerintah daerah sebaiknya menyediakan program pelatihan kewirausahaan yang menitikberatkan pada pengembangan usaha mikro atau digital yang berbasis modal kecil dan fleksibilitas waktu.

Inkubator bisnis kampus di Malang, seperti di Universitas Brawijaya, Universitas Negeri Malang, Politeknik Negeri Malang ataupun Universitas Islam Negeri Maulana malik Ibrahim Malang, dapat mengambil peran penting dengan menyediakan akses pelatihan, pendampingan, permodalan, serta platform pemasaran. Pendekatan ini tidak hanya akan meningkatkan minat berwirausaha, tetapi juga membentuk pola pikir kewirausahaan yang adaptif dan inovatif di kalangan mahasiswa Gen Z, selaras dengan tuntutan perkembangan zaman dan

dinamika ekonomi digital.

4.2.2. Pengaruh Pengetahuan Wirausaha terhadap Minat Berwirausaha Gen Z di Kota Malang

Berdasarkan hasil uji t yang disajikan pada Tabel 4.17, dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha Gen Z di Kota Malang. Dengan demikian, hipotesis kedua (H2) dalam penelitian ini dapat diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi pengetahuan kewirausahaan yang dimiliki oleh individu Gen Z, maka semakin besar pula minat mereka untuk terjun ke dunia usaha.

Indikator tertinggi dalam variabel ini menunjukkan bahwa Gen Z merasa memiliki kemampuan untuk mengenali peluang usaha di sekitar mereka. Hal ini sangat relevan dengan karakteristik Gen Z yang dikenal adaptif, cepat dalam menangkap informasi, serta aktif menggunakan media sosial sebagai sumber inspirasi usaha. Di Kota Malang, sebagai kota yang dinamis dan penuh aktivitas mahasiswa, banyak peluang bisnis berbasis gaya hidup, teknologi, dan kebutuhan kampus yang dapat dimanfaatkan oleh Gen Z.

Peningkatan pengetahuan kewirausahaan di kalangan mahasiswa Malang terbukti mampu meningkatkan minat berwirausaha, karena mereka menjadi lebih mampu mengenali potensi usaha yang sesuai dengan kondisi lokal, termasuk jenis usaha yang bisa dijalankan secara fleksibel dan dengan modal minimal. Kota Malang yang memiliki banyak komunitas kewirausahaan, seminar dan pelatihan bisnis yang digelar oleh kampus maupun instansi pemerintah, menjadi lingkungan

yang mendukung pengembangan pengetahuan dan wawasan bisnis Gen Z secara langsung.

Hasil ini selaras dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Muzakki (2022) yang juga menemukan bahwa pengetahuan kewirausahaan secara signifikan mempengaruhi minat seseorang untuk memulai usaha. Individu yang memiliki pengetahuan kewirausahaan yang memadai akan lebih percaya diri dalam menghadapi tantangan bisnis dan lebih mampu memahami serta mengelola risiko yang mungkin timbul. Hal ini pada akhirnya akan meningkatkan minat untuk terjun dalam dunia wirausaha.

Pengetahuan kewirausahaan secara tidak langsung dapat menumbuhkan dorongan untuk menerapkan ilmu yang telah diperoleh, khususnya dalam memulai usaha baru. Dengan pengetahuan tersebut, individu juga dapat lebih mudah mengenali dan membaca peluang usaha yang ada di lingkungan sekitar. Pengetahuan kewirausahaan mencakup kemampuan individu dalam mengingat, mempelajari, serta mengaplikasikan informasi yang berkaitan dengan praktik bisnis. Pengetahuan ini sering diperoleh melalui proses pembelajaran formal, seperti materi yang disampaikan oleh dosen, diskusi kelompok, dan pertukaran gagasan, yang kemudian mendorong mahasiswa untuk mengeksplorasi ide-ide bisnis baru.

Pengetahuan kewirausahaan sangat penting karena memberikan dasar bagi seseorang untuk memahami berbagai aspek kewirausahaan, seperti pengertian dan karakteristik wirausaha, sikap dan perilaku kewirausahaan, kemampuan dalam kepemimpinan dan organisasi, serta keterampilan dalam menganalisis peluang,

menyusun perencanaan, dan mengantisipasi risiko dalam menjalankan usaha. Oleh karena itu, tanpa pengetahuan yang memadai, keinginan untuk berwirausaha akan sulit untuk tumbuh dan berkembang secara optimal (Chairoel et al., 2023).

Dari perspektif Islam, pengetahuan juga memiliki peran penting dalam membentuk perilaku wirausaha yang sesuai dengan nilai-nilai syariat. Pengetahuan memungkinkan seorang wirausahawan untuk menghindari praktik-praktik yang dilarang seperti riba, gharar (ketidakpastian), dan penipuan. Dalam Surah Al-Jumu'ah ayat 10, Allah SWT berfirman:

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ

وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

“Apabila telah ditunaikan salat, maka bertebaranlah kamu di bumi; carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak agar kamu beruntung.” (QS. Al-Jumu'ah: 10).

Ayat ini menegaskan pentingnya semangat untuk berusaha dan mencari rezeki yang halal setelah menunaikan ibadah. Dalam konteks kewirausahaan, ayat ini menjadi landasan bahwa kegiatan ekonomi, termasuk berwirausaha, adalah bagian dari ibadah selama dijalankan dengan penuh tanggung jawab dan sesuai dengan ajaran Islam

Implikasi temuan dari hipotesis ke 2 menunjukkan bagi lembaga pendidikan dan pembuat kebijakan adalah pentingnya penguatan kurikulum dan program pelatihan kewirausahaan yang aplikatif dan berbasis lingkungan sekitar. Edukasi

kewirausahaan yang berfokus pada identifikasi peluang, analisis pasar lokal, dan perencanaan usaha kecil dapat menumbuhkan rasa percaya diri dan kesiapan Gen Z untuk terjun ke dunia usaha.

Selain itu, akses terhadap sumber informasi kewirausahaan yang mudah dan relevan, termasuk melalui platform digital, juga berperan penting dalam memfasilitasi pengembangan ide usaha dengan modal terbatas. Dengan demikian, peningkatan pengetahuan kewirausahaan akan memperbesar peluang Gen Z menjadi wirausahawan mandiri yang inovatif dan responsif terhadap kebutuhan pasar.

4.2.3 Pengaruh *Self Confidence* terhadap Minat Berwirausaha Gen Z di Kota Malang

Berdasarkan hasil uji t pada Tabel 4.17, dapat disimpulkan bahwa *self confidence* berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha Gen Z di Kota Malang. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis ketiga (H3) diterima. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa kepercayaan diri (*self confidence*) menjadi salah satu pendorong utama bagi mahasiswa Gen Z di Malang untuk memiliki ketertarikan memulai usaha, bahkan dalam skala kecil atau sebagai pekerjaan sampingan.

Salah satu indikator tertinggi dalam variabel *self confidence* adalah keyakinan Gen Z untuk beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan lingkungan bisnis. Di Kota Malang, yang dikenal sebagai kota pelajar dan kota kreatif, banyak mahasiswa menghadapi dinamika sosial yang menuntut fleksibilitas tinggi. Mahasiswa Gen Z di Malang juga cenderung akrab dengan teknologi digital, sehingga rasa percaya

diri mereka sering ditunjukkan dalam bentuk kesiapan menghadapi tantangan, terutama dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana pemasaran usaha. Hal ini selaras dengan banyaknya muncul brand lokal dari kalangan mahasiswa, seperti *clothing line*, makanan kemasan, dan jasa digital marketing berbasis Instagram maupun TikTok.

Hasil ini mengimplikasikan bahwa *self confidence* mendorong Gen Z untuk tidak takut gagal dan memiliki orientasi pada pertumbuhan (*growth mindset*). Mereka lebih memilih mencoba usaha meskipun belum memiliki modal besar. Hal ini sangat relevan dengan situasi di Malang, di mana tersedia banyak program inkubasi bisnis dan komunitas startup seperti Malang *Creative Fusion* atau Kampung *Startup*, yang mendukung pengembangan bisnis berbasis mahasiswa dan komunitas Gen Z

Penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Dian septianti & putri (2023) yang menyatakan bahwa *self confidence* memiliki pengaruh positif terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Individu yang memiliki keyakinan tinggi terhadap kemampuannya untuk menjadi wirausaha, cenderung lebih siap dalam menghadapi tantangan dan mengambil keputusan secara mandiri. Kepercayaan diri memungkinkan seseorang untuk tetap optimis, gigih, serta mampu menyusun strategi dalam mencapai tujuan usahanya.

Menurut Alma (2013:53), individu yang percaya diri cenderung memiliki kestabilan emosi, bersikap objektif, dan mampu mempertahankan pendapat pribadi. Dalam kewirausahaan Gen Z di Malang, hal ini tercermin dari kemauan mereka

untuk menonjolkan identitas diri dan menciptakan produk-produk yang unik serta berorientasi pada *personal branding*.

Dalam Surah Al-Baqarah ayat 286, Allah SWT berfirman:

لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا ۚ لَهَا مَا كَسَبَتْ وَعَلَيْهَا مَا اكْتَسَبَتْ ۗ
رَبَّنَا لَا تُؤَاخِذْنَا إِنْ نَسِينَا أَوْ أَخْطَأْنَا ۗ رَبَّنَا وَلَا تَحْمِلْ عَلَيْنَا إَصْرًا كَمَا
حَمَلْتَهُ عَلَى الَّذِينَ مِنْ قَبْلِنَا ۗ رَبَّنَا وَلَا تُحَمِّلْنَا مَا لَا طَاقَةَ لَنَا بِهِ ۗ وَاعْفُ
عَنَّا وَارْحَمْنَا ۗ أَنْتَ مَوْلَانَا فَانصُرْنَا عَلَى الْقَوْمِ

الْكَافِرِينَ

"Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya. Ia mendapat pahala (dari kebajikan) yang diusahakannya dan ia mendapat siksa (dari kejahatan) yang dikerjakannya. (Mereka berdoa): "Ya Tuhan kami, janganlah Engkau hukum kami jika kami lupa atau kami tersalah. Ya Tuhan kami, janganlah Engkau bebankan kepada kami beban yang berat sebagaimana Engkau bebankan kepada orang-orang sebelum kami. Ya Tuhan kami, janganlah Engkau pikulkan kepada kami apa yang tak sanggup kami memikulnya. Beri maaflah kami; ampunilah kami; dan rahmatilah kami. Engkaulah Penolong kami, maka tolonglah kami terhadap kaum yang kafir" (Q.S Al - Baqaroah ayat 286)

Ayat ini mengajarkan bahwa setiap individu telah diberi potensi dan kemampuan sesuai dengan tugas dan ujian hidup yang dihadapi. Oleh karena itu, seorang calon wirausaha yang berlandaskan nilai-nilai Islam harus meyakini bahwa dirinya mampu menghadapi tantangan usaha.

Implikasi hasil temuan hipotesis ke 3 menunjukkan implikasi praktisnya. Lembaga pendidikan tinggi di Universitas Brawijaya, Universitas Negeri Malang, Politeknik Negeri Malang ataupun Universitas Islam Negeri Maulana malik Ibrahim Malang, perlu meningkatkan program pembinaan kewirausahaan yang tidak hanya berfokus pada keterampilan teknis, tetapi juga pada pengembangan karakter dan psikologis seperti kepercayaan diri, keberanian mengambil risiko, dan daya tahan menghadapi kegagalan. Kegiatan seperti *workshop* kewirausahaan, mentoring, dan kompetisi ide bisnis perlu diarahkan lebih spesifik untuk mengasah mental *entrepreneur* Gen Z yang tangguh dan adaptif.

Selain itu, Pemerintah Kota Malang melalui Dinas Koperasi dan UKM dapat memperkuat ekosistem wirausaha muda dengan menyediakan akses pendanaan mikro, pembinaan, serta platform digital promosi lokal. Dengan dukungan lingkungan yang kondusif dan keberanian yang ditopang oleh *self confidence*, Gen Z di Malang memiliki potensi besar menjadi generasi pengusaha inovatif yang memperkuat ekonomi daerah dan nasional.

4.2.4 Pengaruh Motivasi, Pengetahuan Wirausaha, dan *Self Confidence* terhadap Minat Berwirausaha Gen Z di Kota Malang.

Berdasarkan hasil uji F pada Tabel 4.18, diperoleh nilai F hitung sebesar 51.980 dengan tingkat signifikansi sebesar 0.000. Hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis keempat (H4) diterima, yang berarti bahwa variabel motivasi (X1), pengetahuan kewirausahaan (X2), dan *self confidence* (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha Gen Z di Kota Malang.

Hasil ini menunjukkan bahwa ketiga faktor tersebut secara bersama-sama membentuk fondasi kuat dalam menumbuhkan minat kewirausahaan pada Gen Z yang tinggal di lingkungan kota pendidikan seperti Malang. Sebagai kota yang dipenuhi oleh mahasiswa dari berbagai daerah, Malang menawarkan atmosfer yang kompetitif, kreatif, dan sarat peluang. Banyak dari mahasiswa ini terpapar pada budaya *startup*, *event* bisnis digital, dan berbagai komunitas kewirausahaan, yang secara langsung maupun tidak langsung memengaruhi pola pikir mereka terhadap dunia usaha.

Dari nilai koefisien regresi, motivasi muncul sebagai variabel yang memberikan kontribusi paling dominan dalam membentuk minat berwirausaha Gen Z di Malang. Pengetahuan kewirausahaan juga terbukti berpengaruh signifikan. Gen Z di Kota Malang umumnya memiliki akses lebih luas terhadap sumber pembelajaran kewirausahaan, baik formal melalui mata kuliah dan pelatihan kampus, maupun informal melalui seminar, workshop, dan media sosial. Pengetahuan ini memberi mereka bekal dalam menyusun model bisnis, mengelola risiko, dan memahami pasar. Sementara itu, *self confidence* memperkuat keteguhan niat Gen Z untuk benar-benar mewujudkan usaha mereka. Rasa percaya diri ini tampak dalam keberanian mereka mengikuti kompetisi bisnis mahasiswa, membuka usaha kecil-kecilan seperti kuliner, *fashion*, atau jasa digital.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian oleh Usman dan Isnaeni (2020) yang menyatakan bahwa motivasi berwirausaha tidak akan optimal tanpa didukung oleh pengetahuan yang memadai dan tingkat *self confidence* yang tinggi. Kombinasi ketiganya menjadi kunci dalam menciptakan generasi muda yang tidak hanya

memiliki keinginan berwirausaha, tetapi juga mampu merealisasikannya secara nyata.

4.1.2.1

4.2.2.1

4.3.2.1

4.4.2.1

a.

i.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh motivasi, pengetahuan kewirausahaan, dan *self confidence* terhadap minat berwirausaha pada Generasi Z di Kota Malang. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan:

1. Motivasi berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi dorongan motivasi yang dimiliki oleh individu, maka semakin besar pula keinginannya untuk terjun dalam dunia kewirausahaan. Motivasi menjadi kekuatan internal yang mendorong individu untuk menghadapi tantangan dan mewujudkan peluang usaha.
2. Pengetahuan kewirausahaan juga berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha. Pengetahuan yang memadai dapat meningkatkan kepercayaan diri dalam mengambil keputusan bisnis serta membantu individu memahami risiko dan peluang. Pengetahuan kewirausahaan menjadi dasar penting dalam membentuk pola pikir dan kesiapan teknis untuk memulai usaha.
3. *Self confidence* memiliki pengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha. Individu yang memiliki keyakinan tinggi terhadap kemampuannya lebih berani dalam mengambil keputusan, lebih tahan terhadap tekanan, dan lebih mampu mengatasi rintangan dalam berwirausaha.

4. Motivasi, pengetahuan kewirausahaan, dan *self confidence* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha. Kombinasi ketiga faktor ini menjadi fondasi yang saling melengkapi dalam membentuk minat wirausaha, di mana motivasi memberikan dorongan, pengetahuan menyediakan arah dan strategi, dan *self confidence* memberikan keyakinan dalam pelaksanaannya.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian yang telah disampaikan di atas, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Penelitian ini terbatas pada tiga variabel. Oleh karena itu, disarankan agar penelitian selanjutnya dapat mengembangkan dengan menambahkan variabel lain yang relevan dengan dinamika kewirausahaan saat ini, seperti literasi digital, pemanfaatan teknologi informasi, atau kreativitas dalam bisnis berbasis platform digital, mengingat Gen Z sangat dekat dengan perkembangan teknologi. Selain itu, perluasan wilayah dan penambahan jumlah responden juga dapat dilakukan agar hasil penelitian lebih representatif dan dapat digeneralisasikan ke populasi Gen Z yang lebih luas
2. Bagi institusi Pendidikan/Perguruan Tinggi, disarankan untuk:
 - Mengembangkan program pembelajaran kewirausahaan yang berbasis praktik, seperti magang di UMKM, dan program inkubasi bisnis mahasiswa.
 - Memfasilitasi pelatihan *soft skill* dan pengembangan *self confidence* melalui *workshop*, *mentoring*, serta kegiatan organisasi dan kewirausahaan

yang dapat melatih mental kepemimpinan dan keberanian mengambil risiko.

- Mengintegrasikan aspek teknologi ke dalam kurikulum kewirausahaan, seperti dengan pelatihan digital *marketing*, penggunaan *e-commerce*, serta simulasi bisnis berbasis aplikasi agar mahasiswa lebih siap menghadapi tantangan bisnis di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, N. N., Suryani, M., & Septiani, R. (2022). Determinan Minat Wirausaha Pada Mahasiswa. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis (EK Dan BI)*, 5(1), 157–164.
- Agustin, R. R., Diana, N., & Afifudin, A. (2020). Pengaruh Ekspektasi Pendapatan, Motivasi, Pendidikan Kewirausahaan, Dan Norma Subyektif Terhadap Minat Untuk Berwirausaha (Studi Kasus Pada Mahasiswa S1 Akuntansi FEB Unisma dan UM). *E_Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi*, 9(04).
- Ajzen, I. (1985). From intentions to actions: A theory of planned behavior. In *Action control: From cognition to behavior* (pp. 11–39). Springer.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Alimuddin, M., & Poddala, P. (2023). Prospek Digital Marketing Untuk Generasi Muda Dalam Berwirausaha. *Journal of Career Development*, 1(1).
- Anal, D. P., & Singh, D. K. T. (2020). Entrepreneurial Intention Theories. *EPRA International Journal of Multidisciplinary Research (IJMR)-Peer Reviewed Journal*, 2, 198–210.
- Angkoso, P., Hermansyur, H. M., & Putra, R. (2022). Pengaruh Sikap Pribadi, Norma Sosial, Efikasi Diri, dan Sikap Terhadap Perilaku Mahasiswa Terhadap Minat Wirausaha Yang Dimoderasi Pendidikan Kewirausahaan (Studi Kasus: Mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Harapan Medan). *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ilmu Ekonomi (Jasmien)*, 2(02), 66–75.
- Aziza, T. N. (2022). Petani milenial: regenerasi petani di sektor pertanian. *Forum Penelitian Agro Ekonomi*, 40(1), 1–11.
- BPS. (2024). *Jumlah Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Teknologi Interner Menurut Kecamatan di Kota Malang (Unit), 2021-2023*.
- Brace, I. (2018). *Questionnaire design: How to plan, structure and write survey*

material for effective market research. Kogan Page Publishers.

- Chairoel, L., Hastini, L. Y., & Fitri, M. E. Y. (2023). Evaluasi Pemahaman Tentang Kewirausahaan Studi Kasus Mahasiswa Universitas Dharma Andalas. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Dharma Andalas*, 25(2), 573–583.
- Damayanti, Y. T., & Gunawan, C. (2022). Pengaruh Motivasi Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 1(3), 32–46.
- Darmawan, I. (2021). Menumbuhkan Minat Berwirausaha Mahasiswa Melalui Pendidikan Kewirausahaan Berbasis Caring Economics. *Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan*, 18(1), 9–16.
- Deloitte. (2023). 2023 Gen Z and Millennial Survey. *Deloitte Touche Tohmatsu Limited*, 1–37.
<https://www.deloitte.com/global/en/issues/work/content/genzmillennialsurvey.html>
- Dewi, T., & Subroto, W. T. (2020). Pengaruh pembelajaran kewirausahaan, motivasi berwirausaha dan status sosial ekonomi orang tua terhadap minat berwirausaha mahasiswa angkatan 2016 Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 8(2), 62–69.
- Endang, E. (2024). Education and Entrepreneurship Motivation: Do They Influence Students' Entrepreneurial Interest? *Jurnal Eduscience*, 11(2), 290–298.
<https://doi.org/10.36987/jes.v11i2.5239>
- Ernawati, S., Ismunandar, I., Haryanti, I., Purnama, I., & Dwiryansyah, M. S. (2023). Implementasi mata kuliah kewirausahaan 1 melalui kegiatan bazar untuk menumbuhkan jiwa wirausaha pada mahasiswa. *Jurnal Pengembangan Dan Pengabdian Masyarakat Multikultural*, 1(2), 66–70.

- European Commission. (2023). *Funding programmes and open calls. European Commission.*
- Fauzan, A., & Ikhwan, K. (2023). Analisis Pengaruh Kepribadian, Motivasi, dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Tidar). *Jurnal Riset Dan Inovasi Manajemen*, 1(2), 74–87.
- Fawwaz, Z. Z., Mahmudah, S., & Agus, H. I. (2024). Pengaruh Self Confidence Terhadap Entrepreneurship Pada Generasi Milenial Di Kota Depok. *Jurnal Psikologi*, 20(1), 14–22.
- Fayolle, A., & Gailly, B. (2015). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurial attitudes and intention: Hysteresis and persistence. *Journal of Small Business Management*, 53(1), 75–93.
- Gagné, M., & Deci, E. L. (2005). Self-determination theory and work motivation. *Journal of Organizational Behavior*, 26(4), 331–362.
- Garaika, G., Margahana, H. M., & Negara, S. T. (2019). Self efficacy, self personality and self confidence on entrepreneurial intention: study on young enterprises. *Journal of Entrepreneurship Education*, 22(1), 1–12.
- Gielnik, M. M., Zacher, H., & Wang, M. (2018). Age in the entrepreneurial process: The role of future time perspective and prior entrepreneurial experience. *Journal of Applied Psychology*, 103(10), 1067.
- Hanandeh, R., Alharafsheh, M., Albloush, A., Lehyeh, S., & Kilani, Q. (2024). The impact of entrepreneurship self-concept, work motivation, and risk taking on human resource department performance and business overall performance at Jordan private universities. *Uncertain Supply Chain Management*, 12(1), 143–150.
- Haryanti, D. Y., Amaliyah, E., & Maulana, M. W. (2022). Faktor Dominan yang

- Mempengaruhi Hasil Belajar Mahasiswa pada Mata Kuliah Terapi Komplementer. *Jl-KES (Jurnal Ilmu Kesehatan)*, 6(1), 76–83.
- Hil, S., Ionescu-Somers, A., Coduras, A., Guerrero, M., Menipaz, E., Boutaleb, F., Zbierowski, P., Sahasranamam, S., & Shay, J. (2024). *GEM 2023/2024 global report-25 years and growing*.
- Jabnabillah, F., Aswin, A., & Fahlevi, M. R. (2023). Efektivitas situs web pemerintah sebagai sumber data sekunder bahan ajar perkuliahan statistika. *Sustainable Jurnal Kajian Mutu Pendidikan*, 6(1), 59–70.
- Kementerian Koperasi & UMKM. (2022). *PKS-KEMENKOP-UKM-2022.pdf* (p. 10).
- Kurniawan, I., Hadi, S., & Sakitri, W. (2019). Pengaruh kompetensi wirausaha, skala usaha dan saluran pemasaran terhadap keberhasilan usaha. *Economic Education Analysis Journal*, 8(1), 209–224.
- Lumbanraja, D. (2023). Korelasi Lingkungan Keluarga Dengan Motivasi Belajar Siswa Kelas VI SD NEGERI 091299 Sipoldas. *Pengembangan Penelitian Pengabdian Jurnal Indonesia (P3JI)*, 1(1), 76–86.
- Malhotra, N. K. (2020). *Marketing research: an applied prrientation*. pearson.
- Malhotra, P., & Singh, B. (2007). Determinants of internet banking adoption by banks in India. *Internet Research*, 17(3), 323–339.
- Marzuki, A., Armereo, C., & Rahayu, P. F. (2020). *Praktikum Statistik*. Ahli Media Press.
- Maulida, S. R., & Dhanial, D. R. (2012). Hubungan antara Kepercayaan Diri dan Dukungan Orang Tua dengan motivasi berwirausaha pada siswa SMK. *Jurnal Psikologi*, 11(2), 9.
- Moleong, L. (2010). Metode peneltian. *Jakarta: Rineka Cipta*, 25.

- Mubarrok, Z., & Sulistiyantoro, D. (2023). Minat Mahasiswa Berwirausaha: Apakah Motivasi dan Mental Berwirausaha Penting? *Jurnal Akuntansi Inovatif*, 1(1), 29–35.
- Muttaqiyathun, A., & Rusdiyana, R. A. (2022). Pengaruh Adversity Quotient, Efikasi Diri Dan Need For Achievement Terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa. *Journal of Syntax Literate*, 7(7).
- Muzakki, Y., Winarno, A., & Siswanto, E. (2022). The Influence of Knowledge of Entrepreneurship, Self-Efficacy towards Interests Entrepreneurship through Motivation Entrepreneurship to Santri at Pondok Pesantren Bahrul Maghfiroh Malang. *International Journal of Economy, Education and Entrepreneurship (IJE3)*, 2(1), 9–18.
- Novianti, P., & Habra, M. D. (2022). The Effect of Motivation and Entrepreneurship on Interest in Entrepreneurship (Case Study Food Traders in the Field Triangle Head). *International Journal of Economics*, 1(1), 59–69.
- Nugraheni, A. S. (2023). Pengaruh Lingkungan, Kepercayaan Diri, dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Pada Generasi Z Di Kecamatan Tambaksari Surabaya. *SOSIALITA*, 2(2), 751–766.
- Oktavia, D., & Trimeiningrum, E. (2018). Pengaruh Percaya Diri Dan Keberanian Mengambil Risiko Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Umkm Makanan Ringan Di Kota Semarang; Studi Kasus Pada Sentra Industri Kerupuk, Keripik, Peyek dan Sejenisnya di Kota Semarang. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Akuntansi Dan Perpajakan (Jemap)*, 1(1), 26–40.
- Oviawe, J. I., Ediagbonya, K., & Dzulkanine, N. (2025). Entrepreneurial Passion, Entrepreneurial Self-Confidence and Entrepreneurial Self-Identity as Predictors of Vocational Education Students' Entrepreneurial Intention in Edo State. *CMU Academy Journal of Management and Business Education*, 4(1).
- Purnomo, R. A. (2016). *Analisis statistik ekonomi dan bisnis dengan SPSS*. CV.

Wade Group bekerjasama dengan UNMUH Ponorogo Press.

- Puspitaningsih, F. (2014). Pengaruh efikasi diri dan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha melalui motivasi. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 2(2), 223–235.
- Rahayu, S. S., Waspada, I., & Pinayani, A. (2021). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Intensi Berwirausaha Dengan Dimediasi Variabel Self Efficacy. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Indonesia*, 3(1), 215–236.
- Rakib, M., Tawe, A., Zainal, H., & Farwita, S. (2020). The Relationship Analysis of Entrepreneurial Interests: Entrepreneurial Literacy, Self-Efficacy, and Entrepreneurial Characters Vocational Students. *3rd International Conference on Education, Science, and Technology (ICEST 2019)*, 25–30.
- Rama, A., Ganefri, G., & Yulastri, A. (2022). Konsep entrepreneur dalam dunia pendidikan. *Jurnal EDUCATIO: Jurnal Pendidikan Indonesia*, 8(1).
- Rezaimoghadam, M. R., Davoodi, S. R., & Dabiri, N. (2022). Public transportation user's behavior based on theory of planned behavior. *Int J Sustain Trop Des Res Pract*, 15.
- Rizky, F. A., Sentosa, E., & Nursina, N. (2023). Pengaruh pengetahuan kewirausahaan, kualitas produk, dan keterampilan wirausaha terhadap keberhasilan pedagang cabai pd jaya pasar induk kramatjati jakarta timur. *IKRAITH-EKONOMIKA*, 6(2), 182–190.
- Saryadi, S., Arini, L. D. D., & Utomo, B. P. C. (2024). The Effect of Self-Efficacy and Entrepreneurial Knowledge on Entrepreneurial Interest with Motivation as an Intervening. *Journal of Social Entrepreneurship and Creative Technology*, 1(2), 100–111.
- Septianti, D., & Putri, N. K. (2023). Motivasi Berwirausaha, Self-Confidence dan Kreativitas Terhadap Minat Wirausaha. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 13(1),

107–116.

- Sihotang, M. K., Hasanah, U., & Hayati, I. (2022). Model of sharia bank profitability determination factors by measuring internal and externals variables. *Indonesian Interdisciplinary Journal Of Sharia Economics (Iijse)*, 5(1), 235–251.
- Solekah, N. A., & Andrian, T. B. D. (2023). Antecedent Motivasi Minat Mahasiswa Menjadi Entrepreneur. *Jurnal Riset Entrepreneurship*, 6(1), 20–30.
- Sugianingrat, I., Wilyadewi, I., & Sarmawa, I. W. G. (2020). Determination of entrepreneurship education, family environment, and self-efficacy on entrepreneurship interest. *Jurnal Economia*, 16(1), 33–43.
- Sugiyono, S. (2017). *Metode penelitian kuantitatif*.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi penelitian bisnis & ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka baru press.
- Supriyanto, A. S., & Maharani, V. (2013). Metodologi Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia Teori, Kuesioner, dan Analisis Data. *Cetakan II*.
- Tasmilah, T. (2023). Pengaruh Kartu Prakerja Dalam Menciptakan Wirausaha Baru Pada Generasi Y Dan Z. *Jurnal Ekonomi Indonesia*, 12(1), 89–107.
- Trihudiyatmanto, M. (2023). Analisis Dimensi Kepercayaan Diri Terhadap Minat Berwirausaha. *Jamasy: Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Perbankan Syariah*, 3(1), 33–47.
- Usman, O., & Isnaeni, N. (2020). The Effect of Motivation, Self-Efficacy, Family Environment, and Education of Entrepreneurship to Business Interest. *Self-Efficacy, Family Environment, and Education Of Entrepreneurship to Business Interest (July 9, 2020)*.
- Utami, R. D., & Denmar, D. (2020). Pengaruh Business Center, Sikap

- Kewirausahaan, Motivasi Berwirausaha Terhadap Kesiapan Berwirausaha Siswa Kelas Xi Bisnis Daring Dan Pemasaran Smkn 2 Kota Jambi. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 1(2), 466–480.
- Widianingsih, A. T. (2021). Pengaruh kepribadian wirausaha, ekspektasi pendapatan dan motivasi terhadap minat berwirausaha. *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 8(1), 67–78.
- Widiastuty, V. M., & Rahayu, T. S. M. (2021). Pengaruh Sikap Mandiri, Lingkungan Keluarga, Motivasi, dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Pada Mahasiswa di Perguruan Tinggi Purwokerto). *Master: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Terapan*, 1(2), 23–34.
- Winardi, J. (2001). Motivasi dan Pemotivasian dalam Manajemen, Cet. I, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- World Bank. (2022). *Financial Deepening for Stronger Growth and Sustainable Recovery*.
- Yunaz, H., Putri, P., & Mulyati, M. (2022). Strategi peningkatan sdm wirausaha kue coklat berbahan dasar lokal. *Jurnal Abdi Masyarakat Multidisiplin*, 1(2), 34–41.
- Yusup, F. (2018). Uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 7(1).

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner

KUISISIONER PENELITIAN

PENGARUH MOTIVASI, PENGETAHUAN WIRAUSAHA, SELF CONFIDENCE TERHADAP MINAT MENJADI WIRAUSAHA PADA GEN Z STUDI PADA MAHASISWA DI KOTA MALANG

Assalamualaikum Wr. Wb.

Perkenalkan nama saya Nailatus Sadiyah mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, sedang melakukan penelitian dalam rangka penelitian skripsi saya yang berjudul **“Pengaruh Motivasi, Pengetahuan Wirausaha, Self Confidence Terhadap Minat Menjadi Wirausaha Pada Gen Z Studi Pada Mahasiswa Di Kota Malang”**. Saya sangat mengharapkan bantuan bapak/ibu dan teman-teman untuk mengisi kuisisioner yang saya ajukan ini sesuai dengan kondisi yang ada. Data yang diberikan nantinya insyaallah sangat bermanfaat dalam membantu penelitian ini, sehingga sangat diharapkan bapak/ibu dan teman-teman mengisi apa adanya, tanpa paksaan dan tanpa rekayasa. Data bapak/ibu dan teman-teman insyaallah terjaga kerahasiaannya. Terimakasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

A. Identitas Responden

Nama :

Email :

Jenis Kelamin ☐ Laki-laki
☐ Perempuan

Usia ☐ 12 – 16
☐ 17 – 21
☐ 22 - 27
☐

IPK >3.00

☐ 3,1-3,5

☐ 3,6-4,0

Bedomisili saat ini :

Angkatan :

Universitas

☐ UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

☐ Universitas Brawijaya

☐ Universitas Negeri Malang

☐ Politeknik Negeri Malang

Jurusan :

B. Pilih peertanyaan sesuai dengan pilihan anda!

Keterangan:

STS : Sangat tidak setuju (1)

TS : Tidak setuju (2)

N : Netral (3)

S : Setuju (4)

SS : Sangat setuju (5)

1. Motivasi (X1)

	ataan					
	Saya ingin kuliah sambil berwirausaha					
	Saya yakin bahwa menjadi seorang wirausaha akan memberikan keuntungan finansial.					
	Saya yakin bahwa menjadi wirausahawan akan berkembang dan dapat menciptakan peluang demi peluang					
	merasa mampu menjalankan bisnis sendiri dengan baik					
	Saya ingin mempunyai kemampuan kewirausahaan sehingga dapat bermanfaat untuk banyak orang					
	Saya merasa bahwa bekerja mandiri sebagai wirausaha lebih menarik daripada menjadi karyawan.					
	merasa berwirausaha memberikan nilai hidup yang lebih bermakna dibandingkan bekerja di perusahaan.					
	Saya memiliki akses ke sumber daya yang diperlukan					

	untuk memulai usaha					
	Saya merasa bahwa lingkungan tempat tinggal saya memberikan dukungan yang baik untuk memulai usaha					

2. Pengetahuan Wirausaha (X2)

	Pengetahuan					
	Saya merasa memiliki kemampuan untuk mengenali peluang usaha di sekitar saya.					
	Pengetahuan kewirausahaan membantu saya mengembangkan produk inovatif yang disukai oleh konsumen					
	Materi kewirausahaan yang diajarkan membantu saya memahami dunia bisnis					
	Terdorong untuk mencoba kemampuan berwirausaha setelah mempelajari pengetahuan tentang kewirausahaan					
	mendapatkan bimbingan dari pengajar mengenai kewirausahaan.					

3. Self Confident (X3)

	Self Confident					
	merasa yakin dapat beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan lingkungan bisnis.					
	optimis bahwa setiap tantangan dalam bisnis dapat diatasi dengan baik.					
	merasa yakin bahwa keputusan bisnis saya akan memberikan hasil yang positif.					
	percaya diri bahwa saya memiliki kemampuan untuk memulai sebuah bisnis.					

4. Minat Menjadi Wirausaha (Y)

	/ataan					
	berminat berwirausaha karena usaha tersebut dapat dijalankan sebagai pekerjaan tambahan dengan kebutuhan modal yang minimal					
	merasa tertantang untuk memecahkan masalah yang berkaitan dengan kewirausahaan.					
	ingin menjadi pengusaha agar dapat memberikan manfaat bagi masyarakat.					
	bersemangat ketika membicarakan peluang bisnis.					

Lampiran 2 Tabulasi Data Kuisisioner

Motivasi (X1)

									TOTAL
X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1
5	4	4	5	5	5	4	2	4	38
4	4	4	4	4	4	5	4	5	38
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
3	5	5	3	4	3	3	4	4	34
1	5	5	3	5	5	5	3	3	35
5	5	4	3	4	4	3	3	4	35
2	4	4	4	4	4	4	4	4	34
3	3	3	3	3	3	3	2	2	25
4	4	4	4	3	3	3	3	3	31
3	3	3	3	3	3	3	3	2	26
4	4	3	3	3	3	3	3	3	29
4	4	3	3	3	3	3	3	3	29
4	4	4	4	4	4	4	4	5	37
4	3	3	3	3	3	3	3	3	28
3	3	3	3	3	3	3	3	2	26
4	4	4	4	4	3	3	4	3	33
4	4	4	4	4	4	3	3	3	33
3	3	3	3	3	3	3	2	2	25
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
4	4	4	4	3	3	3	3	3	31
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
3	3	3	3	3	2	2	2	2	23

3	3	3	3	3	3	3	3	2	26
4	4	4	4	4	3	3	3	3	32
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
3	3	3	3	2	2	2	2	2	22
3	2	2	2	2	2	2	2	2	19
3	3	3	3	3	3	3	2	2	25
3	3	3	3	3	3	3	3	2	26
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
4	3	3	3	3	3	3	3	3	28
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
3	3	3	3	3	2	2	2	2	23
3	3	3	3	3	2	2	2	2	23
4	3	3	3	3	3	3	3	4	29
4	3	3	3	3	3	3	3	3	28
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
4	4	4	3	3	3	3	3	3	30
4	3	3	3	3	3	3	3	3	28
3	3	3	3	3	3	2	2	2	24
3	3	3	3	3	3	3	3	2	26
4	3	3	3	3	3	3	3	3	28
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
3	3	3	3	2	2	2	2	2	22
3	2	2	2	2	2	2	2	2	19
4	3	3	3	3	3	3	3	3	28
4	4	4	4	3	3	3	3	3	31
3	3	3	3	3	3	3	3	2	26
4	3	3	3	3	3	3	3	3	28
3	3	3	3	3	3	2	2	2	24
3	3	3	3	3	3	3	3	2	26
3	3	3	3	3	2	2	2	2	23
3	3	3	3	3	3	3	3	2	26
4	4	4	4	4	4	4	4	3	35
4	4	4	4	4	3	3	3	3	32
4	4	3	3	3	3	3	3	3	29
4	4	4	4	3	3	3	3	3	31
4	4	4	3	3	3	3	3	3	30
4	4	4	3	3	3	3	3	3	30
3	3	3	2	2	2	2	2	2	21
3	3	3	3	2	2	2	2	2	22
4	4	4	4	4	4	3	3	3	33
3	3	3	3	3	3	3	2	2	25
3	3	3	3	3	3	3	3	2	26
4	4	3	3	3	3	3	3	3	29

4	4	4	4	3	3	3	3	3	31
3	3	3	3	3	3	3	3	2	26
3	3	3	3	3	3	2	2	2	24
4	4	4	4	3	3	3	3	3	31
3	3	3	3	3	2	2	2	2	23
3	3	3	3	3	3	2	2	2	24
3	3	3	3	3	3	3	3	2	26
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
2	2	2	2	2	2	2	2	2	18
3	3	3	3	3	3	3	2	2	25
3	3	3	3	3	3	3	2	2	25
4	4	3	3	3	3	3	3	3	29
3	3	3	3	3	3	3	2	2	25
3	3	3	3	3	3	3	3	2	26
4	4	4	4	4	3	3	3	3	32
3	3	3	2	2	2	2	2	2	21
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
4	3	3	3	3	3	3	3	3	28
4	4	4	4	4	3	3	3	3	32
4	4	4	4	4	5	3	3	3	34
4	4	3	3	3	3	3	3	3	29
3	3	3	3	3	3	3	3	2	26
5	5	4	4	4	4	4	4	4	38
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
4	3	3	3	3	3	3	3	3	28
4	4	4	4	3	3	3	3	3	31
4	4	5	4	4	4	4	3	3	35
3	3	3	3	3	3	3	2	2	25
3	3	3	3	3	3	3	2	2	25
3	3	3	3	3	3	2	2	2	24
3	3	3	3	3	2	2	2	2	23
4	4	4	3	3	3	3	3	3	30
4	4	3	3	3	3	3	3	3	29
3	3	3	3	3	3	2	2	2	24
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
3	3	3	3	2	2	2	2	2	22
4	4	4	4	3	3	3	3	3	31
3	3	3	3	3	3	3	2	2	25
4	4	3	3	3	3	4	3	3	30
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
3	3	3	3	3	3	3	3	2	26
4	3	3	3	3	3	3	3	3	28

4	4	3	3	3	3	3	3	3	29
4	4	3	3	3	3	3	3	3	29
4	4	3	3	3	3	3	3	3	29
4	4	3	3	3	3	3	3	3	29
3	3	3	3	3	3	3	3	2	26
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
4	4	4	3	3	3	3	3	3	30
3	3	3	3	3	3	3	2	2	25
4	4	3	3	3	3	3	3	3	29
3	3	3	3	3	3	2	2	2	24
3	3	3	3	3	3	3	3	2	26
4	4	3	3	3	3	3	3	3	29
3	3	3	3	3	3	2	2	2	24
3	3	3	3	2	2	2	2	2	22
4	4	4	4	4	3	3	3	3	32
3	3	3	3	3	3	3	2	2	25
3	3	3	3	3	3	3	2	2	25
4	4	4	3	3	3	3	3	3	30
3	3	3	3	3	2	2	2	2	23
4	4	4	4	4	3	3	3	3	32
4	4	3	3	3	3	3	4	3	30
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
4	3	3	3	3	3	3	3	3	28
3	3	3	3	3	3	3	3	2	26
3	3	3	3	3	3	3	3	2	26
4	4	3	3	3	3	3	3	3	29
3	3	3	3	2	2	2	2	2	22
3	3	3	3	2	2	2	2	2	22
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
3	3	3	3	3	3	2	2	2	24
4	4	4	4	4	4	4	3	3	34
4	4	4	4	4	3	3	3	3	32
3	3	3	3	3	3	3	2	2	25
3	3	3	3	3	3	3	3	2	26
4	4	4	4	4	3	3	3	3	32
3	3	3	3	3	3	3	2	2	25
4	4	4	3	3	3	3	3	3	30
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
4	4	4	3	3	3	3	3	3	30
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
4	3	3	3	3	3	3	3	3	28
3	3	3	3	3	3	2	2	2	24
2	2	2	2	2	2	1	1	1	15

4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
3	3	3	3	3	3	2	2	2	24
4	3	3	3	3	3	3	3	3	28
4	4	3	3	3	3	3	3	3	29
3	3	3	3	3	3	3	3	2	26

Pengetahuan Wirausaha (X2)

					TOTAL
X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2
4	3	1	2	2	12
4	5	4	4	5	22
3	4	4	4	5	20
3	4	4	4	4	19
5	5	4	4	3	21
4	3	4	4	4	19
4	4	4	4	4	20
2	2	2	2	2	10
3	3	4	3	4	17
4	5	5	4	4	22
4	5	4	4	5	22
5	5	5	4	5	24
5	4	4	4	5	22
3	3	3	3	3	15
4	4	4	4	4	20
3	4	3	4	3	17
4	4	4	5	4	21
4	3	3	4	4	18
3	3	3	3	3	15
4	4	3	3	2	16
3	4	3	5	3	18
4	3	3	3	3	16
3	3	3	2	2	13
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	5	4	4	21
4	5	4	5	4	22
4	4	4	4	4	20
3	3	3	3	3	15
4	4	4	3	3	18
4	4	4	4	3	19
4	3	4	3	3	17

5	4	5	4	5	23
4	3	3	4	4	18
3	4	4	5	4	20
2	3	3	2	3	13
3	5	4	4	4	20
3	2	3	3	3	14
4	4	4	3	4	19
3	3	3	4	3	16
4	4	3	4	4	19
3	3	3	3	3	15
5	5	4	4	5	23
4	5	4	4	4	21
3	4	3	3	3	16
3	3	3	3	3	15
3	4	4	3	3	17
3	3	3	3	3	15
4	3	4	4	3	18
2	3	5	4	4	18
4	4	4	4	4	20
5	4	5	5	5	24
3	4	3	4	4	18
5	4	4	5	3	21
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	5	21
5	4	5	5	4	23
3	3	3	3	4	16
4	4	4	4	4	20
3	3	3	3	4	16
3	2	3	3	3	14
5	5	5	5	4	24
3	3	5	4	4	19
3	3	4	3	3	16
4	4	4	4	4	20
4	3	3	4	4	18
5	5	5	5	4	24
4	3	3	3	4	17
3	3	4	4	4	18
4	4	4	5	5	22
4	5	4	5	4	22
4	4	4	3	4	19
4	5	5	4	4	22
5	4	4	5	5	23
3	2	2	3	3	13

3	3	3	3	3	15
5	5	4	5	5	24
4	3	4	4	4	19
4	4	5	4	4	21
4	2	3	4	4	17
4	3	4	4	5	20
4	4	4	4	5	21
3	4	3	4	3	17
5	5	4	4	5	23
5	4	5	5	4	23
3	3	3	3	3	15
4	5	3	4	5	21
3	4	4	3	4	18
3	3	3	2	2	13
4	5	3	4	4	20
2	3	3	2	2	12
3	3	3	3	3	15
3	3	4	3	4	17
5	5	4	5	4	23
4	4	4	4	4	20
3	4	4	4	4	19
3	3	3	3	3	15
4	4	4	4	4	20
2	2	2	2	2	10
5	5	5	5	4	24
3	3	3	3	3	15
3	4	3	3	3	16
3	2	3	3	3	14
4	5	4	4	3	20
4	3	4	4	4	19
4	5	5	5	4	23
3	5	5	4	4	21
4	4	5	4	4	21
4	5	4	4	4	21
4	3	3	4	4	18
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
4	4	4	4	4	20
4	4	4	3	5	20
3	3	3	3	3	15
4	4	3	4	4	19
5	4	4	4	4	21
4	3	3	3	3	16

4	4	4	4	4	20
3	4	3	3	3	16
4	3	4	4	4	19
3	4	4	4	3	18
3	2	3	3	3	14
5	5	5	5	4	24
4	3	5	4	4	20
3	4	4	4	3	18
5	5	4	5	4	23
4	3	3	3	3	16
3	4	3	3	4	17
5	5	5	4	5	24
3	3	3	3	3	15
4	5	4	4	5	22
3	4	4	4	4	19
3	4	4	3	4	18
4	3	4	4	4	19
4	5	3	4	4	20
4	3	4	4	4	19
3	3	2	3	3	14
4	3	4	4	4	19
3	3	3	3	3	15
4	5	5	5	5	24
3	4	4	4	4	19
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	3	19
4	3	4	4	4	19
4	3	4	3	4	18
4	4	5	5	5	23
4	3	3	4	3	17
4	3	3	3	3	16
5	5	5	4	4	23
3	3	4	3	3	16
5	4	4	4	5	22
4	4	4	5	5	22
3	4	3	3	4	17
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
4	4	4	4	5	21

Self Confidence (X3)

				TOTAL
X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3
2	3	3	4	12
4	4	5	4	17
5	4	3	3	15
3	4	4	4	15
3	3	5	5	16
3	4	4	5	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	4	4	5	18
3	5	3	4	15
3	4	2	4	13
3	3	3	2	11
4	3	3	3	13
3	4	4	4	15
2	3	3	3	11
4	4	4	3	15
3	2	3	3	11
3	3	4	4	14
4	3	4	3	14
4	4	3	4	15
2	2	3	3	10
4	4	5	4	17
5	4	4	4	17
4	3	3	4	14
3	4	4	4	15
4	4	3	4	15
4	4	4	4	16
4	5	5	5	19
3	4	4	4	15
4	4	4	4	16
3	4	4	4	15
4	4	3	3	14
3	5	4	4	16
3	3	3	3	12
4	4	4	4	16
3	4	4	4	15
4	3	5	4	16
4	4	5	4	17
3	5	4	4	16
3	3	2	3	11
3	2	3	2	10

4	4	4	3	15
2	2	2	3	9
4	4	4	4	16
3	4	3	3	13
3	3	3	3	12
4	4	3	4	15
3	3	3	4	13
3	3	3	3	12
3	3	3	3	12
5	5	5	4	19
5	3	4	4	16
3	3	3	3	12
3	3	3	4	13
4	4	4	3	15
3	3	3	3	12
4	4	3	3	14
4	5	5	4	18
3	4	3	3	13
5	4	4	3	16
4	4	3	4	15
4	3	3	4	14
3	4	4	4	15
4	4	5	4	17
3	4	2	3	12
3	3	3	3	12
4	4	5	5	18
4	4	5	4	17
3	3	2	3	11
4	4	4	4	16
3	2	3	3	11
3	3	3	3	12
4	4	4	5	17
4	4	4	4	16
3	4	4	4	15
3	2	3	3	11
4	4	3	4	15
4	3	4	4	15
3	3	4	4	14
4	4	4	3	15
3	3	3	3	12
4	5	4	4	17
4	5	5	5	19
3	4	4	3	14

3	3	3	3	12
4	4	4	5	17
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	4	5	5	19
3	4	4	4	15
3	4	5	4	16
4	3	3	3	13
5	5	5	5	20
4	3	4	4	15
5	5	5	4	19
4	4	4	4	16
4	3	3	3	13
3	4	3	4	14
3	4	4	4	15
4	5	4	4	17
5	5	5	5	20
3	3	3	3	12
3	4	4	4	15
4	3	3	4	14
4	4	4	4	16
3	3	4	3	13
3	4	4	4	15
4	4	4	4	16
3	4	3	3	13
4	4	4	4	16
3	3	3	2	11
3	3	3	3	12
4	4	3	3	14
5	4	4	3	16
3	3	4	3	13
5	5	5	5	20
4	3	4	4	15
4	4	4	4	16
4	4	4	3	15
5	5	5	5	20
3	3	3	4	13
5	4	4	4	17
4	4	4	4	16
5	4	4	3	16
3	3	3	4	13
3	3	4	4	14
4	3	3	3	13

3	3	3	3	12
5	4	5	5	19
5	3	4	4	16
4	3	4	4	15
3	4	4	4	15
3	4	4	3	14
2	2	2	2	8
3	3	4	4	14
3	2	2	3	10
4	4	4	4	16
3	4	3	4	14
4	5	4	4	17
3	3	3	4	13
4	4	3	4	15
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	5	4	4	18
3	3	3	3	12
3	3	4	4	14
5	5	5	5	20
5	4	5	4	18
3	3	3	3	12
3	3	3	3	12
5	4	5	3	17
2	3	3	3	11
3	5	4	4	16
3	3	3	3	12
4	3	4	4	15
4	5	5	5	19
5	5	4	5	19

Minat Berwirausaha (Y)

Y1	Y2	Y3	Y4	TOTAL Y
4	3	5	4	16
4	4	5	5	18
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
3	4	5	5	17
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16

3	3	3	2	11
3	3	3	2	11
3	3	3	3	12
3	3	3	2	11
4	4	3	3	14
4	4	4	4	16
3	3	3	2	11
2	2	2	2	8
3	3	3	3	12
4	4	4	3	15
4	4	4	3	15
4	3	3	3	13
3	3	2	2	10
3	3	3	3	12
3	3	2	2	10
3	3	3	2	11
3	3	2	2	10
4	3	3	3	13
4	3	3	3	13
3	3	3	2	11
4	4	3	3	14
3	3	2	2	10
4	3	3	3	13
3	3	3	2	11
3	3	3	3	12
4	4	3	3	14
3	3	3	3	12
3	2	2	2	9
3	3	3	3	12
4	4	3	3	14
4	3	3	3	13
5	4	4	4	17
3	3	3	3	12
3	3	3	3	12
4	4	3	3	14
4	4	3	3	14
4	4	4	4	16
3	3	2	2	10
2	2	2	2	8
3	3	2	2	10
3	3	2	2	10
3	2	2	2	9
3	3	3	2	11

4	3	3	3	13
4	4	3	3	14
3	2	2	2	9
4	3	3	3	13
4	4	3	3	14
4	4	4	3	15
4	4	4	3	15
4	3	3	3	13
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
2	2	2	1	7
3	3	3	2	11
4	4	4	3	15
2	2	1	1	6
3	3	3	3	12
3	3	3	2	11
4	3	3	3	13
3	3	3	2	11
3	3	3	2	11
4	4	3	3	14
3	3	2	2	10
2	2	2	1	7
4	4	3	3	14
3	2	2	2	9
3	2	2	2	9
2	2	2	1	7
3	2	2	2	9
3	3	2	2	10
3	3	3	3	12
3	3	3	2	11
3	2	2	2	9
4	3	3	3	13
3	3	3	2	11
4	3	3	3	13
4	4	3	3	14
3	3	3	3	12
4	4	4	3	15
4	3	3	3	13
4	4	4	3	15
4	4	3	3	14
4	3	3	3	13
3	2	2	2	9
4	4	4	4	16

5	4	4	4	17
4	3	3	3	13
3	3	2	2	10
3	3	2	2	10
3	3	2	2	10
3	3	3	2	11
4	3	3	3	13
3	3	3	3	12
3	3	3	3	12
3	2	2	2	9
4	4	3	3	14
3	3	3	3	12
3	3	3	3	12
3	3	3	2	11
3	3	3	2	11
3	3	3	3	12
3	3	2	2	10
3	3	3	2	11
4	3	3	3	13
3	3	3	2	11
4	3	3	3	13
3	3	3	2	11
4	4	4	3	15
3	3	3	2	11
4	3	3	3	13
3	3	3	2	11
4	4	3	3	14
4	4	4	3	15
4	3	3	3	13
2	2	2	1	7
4	3	3	3	13
3	3	2	2	10
3	3	2	2	10
3	3	3	3	12
3	3	3	2	11
3	3	3	3	12
4	4	3	3	14
3	3	3	2	11
3	3	3	2	11
3	3	3	3	12
3	3	3	3	12
4	4	3	3	14
2	2	2	2	8

3	3	3	3	12
2	2	2	1	7
3	3	2	2	10
4	4	3	3	14
4	3	3	3	13
4	3	3	3	13
4	3	3	3	13
3	3	3	3	12
3	3	3	2	11
4	4	3	3	14
4	4	4	4	16
4	4	3	3	14
3	3	3	3	12
4	4	3	3	14
3	3	2	2	10
3	2	2	2	9
4	4	4	4	16
3	3	2	2	10
4	4	3	3	14
3	3	3	3	12
3	3	3	3	12

Lampiran 3 Hasil Output IBM SPSS *Statistic*

Uji Validitas Variabel Motivasi (X1)

Correlations

	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1
X1.1 Pearson Correlation	1	.630**	.444**	.528**	.373**	.346**	.360**	.479**	.638**	.674**
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	157	157	157	157	157	157	157	157	157	157
X1.2 Pearson Correlation	.630**	1	.818**	.627**	.654**	.562**	.565**	.588**	.675**	.848**
Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	157	157	157	157	157	157	157	157	157	157
X1.3 Pearson Correlation	.444**	.818**	1	.760**	.730**	.588**	.555**	.513**	.587**	.821**
Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	157	157	157	157	157	157	157	157	157	157
X1.4 Pearson Correlation	.528**	.627**	.760**	1	.748**	.603**	.534**	.466**	.549**	.791**

on										
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	157	157	157	157	157	157	157	157	157	157
X1.5 Pearson										
Correlati	.373**	.654**	.730**	.748**	1	.815**	.691**	.535**	.593**	.838**
on										
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
N	157	157	157	157	157	157	157	157	157	157
X1.6 Pearson										
Correlati	.346**	.562**	.588**	.603**	.815**	1	.790**	.552**	.593**	.802**
on										
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
N	157	157	157	157	157	157	157	157	157	157
X1.7 Pearson										
Correlati	.360**	.565**	.555**	.534**	.691**	.790**	1	.735**	.684**	.818**
on										
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
N	157	157	157	157	157	157	157	157	157	157
X1.8 Pearson										
Correlati	.479**	.588**	.513**	.466**	.535**	.552**	.735**	1	.763**	.787**
on										

Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
N	157	157	157	157	157	157	157	157	157	157
X1.9 Pearson Correlation	.638**	.675**	.587**	.549**	.593**	.593**	.684**	.763**	1	.853**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
N	157	157	157	157	157	157	157	157	157	157
X1 Pearson Correlation	.674**	.848**	.821**	.791**	.838**	.802**	.818**	.787**	.853**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N	157	157	157	157	157	157	157	157	157	157

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

Uji Validitas Variabel Pengetahuan Kewirausahaan (X2)

Correlations

	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2
X2.1 Pearson Correlation	1	.548**	.527**	.640**	.557**	.796**
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
N	157	157	157	157	157	157

X2.2	Pearson Correlation	.548**	1	.568**	.610**	.525**	.803**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	157	157	157	157	157	157
X2.3	Pearson Correlation	.527**	.568**	1	.650**	.601**	.818**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	157	157	157	157	157	157
X2.4	Pearson Correlation	.640**	.610**	.650**	1	.635**	.862**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	157	157	157	157	157	157
X2.5	Pearson Correlation	.557**	.525**	.601**	.635**	1	.810**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	157	157	157	157	157	157
X2	Pearson Correlation	.796**	.803**	.818**	.862**	.810**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	157	157	157	157	157	157

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

Uji Validitas Variabel *Self-confidence* (X3)

Correlations

	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3
X3.1	1	.536**	.569**	.447**	.784**

	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	157	157	157	157	157
X3.2	Pearson Correlation	.536**	1	.601**	.585**	.831**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	157	157	157	157	157
X3.3	Pearson Correlation	.569**	.601**	1	.642**	.860**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	157	157	157	157	157
X3.4	Pearson Correlation	.447**	.585**	.642**	1	.804**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	157	157	157	157	157
X3	Pearson Correlation	.784**	.831**	.860**	.804**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	157	157	157	157	157

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

Uji Validitas Variabel Minat Berwirausaha (Y)

Correlations

	Y1	Y2	Y3	Y4	Y
Y1 Pearson Correlation	1	.755**	.635**	.738**	.869**

	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	157	157	157	157	157
Y2	Pearson Correlation	.755**	1	.720**	.702**	.883**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	157	157	157	157	157
Y3	Pearson Correlation	.635**	.720**	1	.813**	.894**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	157	157	157	157	157
Y4	Pearson Correlation	.738**	.702**	.813**	1	.921**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	157	157	157	157	157
Y	Pearson Correlation	.869**	.883**	.894**	.921**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	157	157	157	157	157

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

Uji Reabilitas Variabel Motivasi (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
------------------	------------

.930	9
------	---

Uji Reabilitas Variabel Pengetahuan Kewirausahaan (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.875	5

Uji Reabilitas Variabel *Self-confidence* (X3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.837	4

Uji Reabilitas Variabel Minat Berwirausaha (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.913	4

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Unstandardized
--	----------------

		Residual
N		157
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.67493544
Most Extreme Differences	Absolute	.063
	Positive	.045
	Negative	-.063
Test Statistic		.063
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Uji Multikolenieritas

Coefficients^a

		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	X1	.958	1.044
	X2	.970	1.031
	X3	.981	1.019

a. Dependent Variable: Y

Uji Heterokedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.276	.774		1.649	.101
X1	-.006	.019	-.027	-.331	.741
X2	-.012	.025	-.038	-.466	.642
X3	.033	.031	.085	1.052	.294

a. Dependent Variable: ABS_RES

Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-3.083	1.359		-2.268	.025
X1	.353	.034	.604	10.392	.000
X2	.154	.044	.203	3.522	.001
X3	.178	.055	.186	3.247	.001

a. Dependent Variable: Y

Uji T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-3.083	1.359		-2.268	.025
X1	.353	.034	.604	10.392	.000
X2	.154	.044	.203	3.522	.001
X3	.178	.055	.186	3.247	.001

a. Dependent Variable: Y

Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	446.051	3	148.684	51.980	.000 ^b
	Residual	437.644	153	2.860		
	Total	883.694	156			

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.710 ^a	.505	.495	1.691

Lampiran Keterangan Bebas Plagiasi



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 : Nailatus Sadiyah
NIM : 210503110138
Konsentrasi : Entrepreneur
Judul Skripsi : **Pengaruh Motivasi, Pengetahuan Wirausaha, *Self Confidence* terhadap Minat Menjadi Wirausaha Pada Gen Z Studi Pada Mahasiswa di Kota Malang**

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

SIMILARTY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATION	STUDENT PAPER
19%	16%	13%	9%

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

Malang, 19 Juni 2025

UP2M



Fitriyah, MM



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 : 210503110138
Nama : Nailatus Sadiyah
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Perbankan Syariah
Dosen Pembimbing : Dr. Nihayatu Aslamatis Solekah, SE., M.M
Judul Skripsi : Pengaruh Motivasi, Pengetahuan Wirausaha, *Self Confidence* terhadap Minat Menjadi Wirausaha Pada Gen Z Studi Pada Mahasiswa di Kota Malang

JURNAL BIMBINGAN :

No	Tanggal	Deskripsi	Tahun Akademik	Status
1	14 Oktober 2024	bimbingan outline	Ganjil 2024/2025	Sudah Dikoreksi
2	31 Januari 2025	hasil revisi 1	Genap 2024/2025	Sudah Dikoreksi
3	3 Februari 2025	bimbingan revisi 1	Genap 2024/2025	Sudah Dikoreksi
4	14 Februari 2025	hasil revisi 2	Genap 2024/2025	Sudah Dikoreksi
5	17 Februari 2025	bimbingan revisi 2	Genap 2024/2025	Sudah Dikoreksi
6	4 Maret 2025	hasil revisi 3	Genap 2024/2025	Sudah Dikoreksi
7	6 Maret 2025	acc sempro	Genap 2024/2025	Sudah Dikoreksi
8	9 April 2025	revisi dan acc sempro	Genap 2024/2025	Sudah Dikoreksi
9	28 April 2025	bimbingan kuiseoner	Genap 2024/2025	Sudah Dikoreksi
10	1 Juni 2025	bimbingan bab 4 dan bab 5	Genap 2024/2025	Sudah Dikoreksi
11	2 Juni 2025	acc semhas	Genap 2024/2025	Sudah Dikoreksi
12	13 Juni 2025	revisi semhas	Genap 2024/2025	Sudah Dikoreksi

Malang, 13 Juni 2025

Dosen Pembimbing



Dr. Nihayatu Aslamatis Solekah, SE.,
M.M

BIODATA PENELITI

**Identitas Pribadi**

Nama Lengkap : Nailatus Sadiyah

Tempat Tanggal Lahir : Malang, 08 Mei 2003

Alamat Asal : Dsn Genderan RT 17 RW 05 Desa Sukodadi Kab.Malang

Telepon : 081230660308

Email : nailatussadiyah05@gmail.com

Pendidikan Formal

2007-2009 : TK Mambaul Huda

2009-2015 : SDN Sukodadi 1

2015-2018 : SMPN 2 Wagir

2018-2021 : SMKN 2 Malang

2021-2025 : UIN Maulana Malik Ibrahim Malang jurusan S1 Perbankan Syariah