

Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial Instagram Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mataram

Emi Salmah^{*1}, Luluk Fadliyanti², Siti Sriningsih³

¹²³Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Mataram

*Corresponding Email: emisalmah0101@gmail.com

Info Artikel

Kata Kunci:

Media Sosial, Interaksi, Aksesabilitas, Minat Berwirausaha

ABSTRAK

Berwirausaha dapat dilakukan dengan memanfaatkan teknologi dan media sosial yang ada, seperti saat ini semua orang dapat dengan mudah mengakses bahkan memiliki akun media sosial yang dapat digunakan untuk berbagi informasi baik berupa foto ataupun video. Instagram merupakan salah satu media sosial yang paling diminati para generasi milenial dan banyak menggunakan 4 platform media sosial, yakni Instagram, Snapchat, Youtube dan Facebook. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pemanfaatan media sosial instagram terhadap minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Mataram. Pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner. Teknik analisis yang digunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan variabel dependen komunitas online (X1), secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel independen minat berwirausaha (Y), sedangkan variabel interaksi (X2), dan variabel aksesabilitas (X3) secara parsial masing – masing berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha (Y). Dan secara simultan semua variabel dependen komunitas online (X1), interaksi (X2), dan aksesabilitas (X3) secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha (Y). Sedangkan berdasarkan hasil deteksi asumsi klasik menunjukkan kondisi model tidak dalam masalah multikoloniaritas, tidak mengandung heteroskedastisitas dan menunjukkan kondisi normal.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan zaman dan penggunaan teknologi sudah semakin maju, Indonesia merupakan salah satu negara berkembang yang tidak bisa menolak jika sudah memasuki era revolusi industri 4.0, pada fase ini ditandai dengan kemajuan

teknologi yang semakin canggih yang digunakan diberbagai sektor. Hal ini digunakan untuk mengefisienkan waktu produksi, kurangnya tenaga kerja yang dibutuhkan dan meminimumkan biaya produksi yang dikeluarkan, sehingga akan diperoleh keuntungan yang

maksimal. Selain itu juga, seiring dengan perkembangan teknologi yang dibarengi dengan perkembangan jejaring sosial seperti Youtube, Facebook, Instagram Twitter, Line, Pinterest, Whatsapp, Fb Messenger, Snapchat, dan Viber dan lain lain merupakan media sosial yang sering diakses oleh semua orang. Berdasarkan laporan terbaru *we are social*, pada tahun 2020 disebutkan bahwa ada 175,4 juta

pengguna internet di Indonesia. Di bandingkan tahun sebelumnya, ada kenaikan 17% atau 25 juta pengguna internet di negeri ini. Berdasarkan jumlah populasi Indonesia yang berjumlah 272,1 juta jiwa, maka itu artinya 64% penduduk RI telah merasakan akses ke dunia maya (Agus,2020). Untuk lebih jelasnya, dapat dilihat tabel 1 berikut:

Tabel 1.
 Platform Media Sosial Yang Paling Banyak Diakses di Indonesia Persentase Pengguna Internet Berusia 16 Hingga 64 Tahun Yang Melaporkan Menggunakan Setiap Platform Januari 2020

No	Media Sosia	Jumlah (Orang)	Persentase %
1	Youtube	21.378.393	12,2
2	Whatsapp	20.406.648	11,6
3	Facebook	19.920.776	11,4
4	Instagram	19.191.967	11
5	Twitter	13.604.432	7,8
6	Line	12.146.814	6,9
7	Facebook Masangger	12.146.814	6,9
8	Linkedin	8.502.770	4,8
9	Pinterest	8.259.834	4,7
10	Wechat	7.045.152	4
11	Snapchat	6.802.261	3,9
12	Skype	6.073.407	3,5
13	Tiktok	6.073.407	3,5
14	Tumblr	5.344.598	3
15	Reddit	4.372.853	2,4
16	Sina weibo	4.129.917	2,4
Total		175.400.000	100

Sumber : hotsuijan 2020(data diolah)

Berdasarkan tabel di atas kita dapat mengambil 5 (lima) besar akun media sosial yang paling sering diakses atau banyak digunakan, media sosial yang menduduki peringkat pertama ialah youtube sebesar 12,2 persen, peringkat ke dua ada whatsapp dengan jumlah sebesar 11,6 persen kemudian facebook dengan jumlah 11,4 persen, instagram dengan jumlah 11persen dan diurutan ke 5 ada twitter dengan jumlah pengguna sebanyak 7,8 persen, sisanya jenis sosial media lainnya. Dengan perkembangan

teknologi yang pesat, dibutuhkan sumber daya manusia yang memiliki kualitas dan skil yang baik sehingga dapat memanfaatkan dan mengoprasikannya dengan baik pula. Untuk menghasilkan sumberdaya manusia yang baik dapat diperoleh melalui pendidikan baik pendidikan formal maupun nonformal. Melalui pendidikan formal dapat diawali dengan menempuh pendidikan mulai dari sekolah dasar sampai dengan perguruan tinggi, namun hal tersebut membutuhkan waktu yang cukup lama dan biaya yang

tidak sedikit. Dan untuk pendidikan non formal dapat dilakukan dengan mengikuti program-program pelatihan salah satu lembaga pelatihan adalah BLK (Balai Latihan Kerja). Terdapat berbagai jenis pengangguran, salah satunya pengangguran terbuka. International Labor Organization (ILO) memberikan definisi Pengangguran terbuka adalah seseorang yang termasuk kelompok penduduk usia kerja yang selama periode tertentu tidak bekerja, dan bersedia menerima pekerjaan, serta sedang mencari pekerjaan. Pengangguran terbuka dilihat dari tingkat pendidikan yang ditamatkan atau disebut dengan pengangguran terdidik biasanya disebabkan oleh kurangnya lapangan pekerjaan sehingga tidak dapat menyerap semua tenaga kerja yang ada, tidak mau bekerja, atau adanya ketidakcocokan antara lowongan kerja yang ada dengan latar belakang pendidikan. Badan Pusat Statistik Propinsi NTB merilis kondisi ketenagakerjaan di Propinsi NTB pada Februari 2020, dalam setahun terakhir, pengangguran berkurang sekitar 3.07 ribu orang, sejalan dengan Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) yang turun menjadi 3,14 persen pada Februari 2020. Dilihat dari tingkat pendidikan, TPT untuk SMA Kejuruan tertinggi diantara pendidikan lain, yaitu sebesar 6,97 persen. Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) tertinggi berikutnya terdapat pada Perguruan Tinggi baik Diploma maupun S1 yaitu sebesar 6,27 persen masih terbilang cukup tinggi. (<https://disnakertrans.ntbprov.go.id>) Dengan melihat fenomena yang terjadi, untuk menekan jumlah pengangguran terdidik di Provinsi Nusa Tenggara Barat, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mataram yang jumlah mahasiswa 4.893 mahasiswa pada Tahun Ajaran 2019/2020 (Akademik UNRAM,2020), mengharapkan mahasiswanya untuk

dapat memulai berwirausaha sembari menyelesaikan pendidikan.

Menurut Bambang Sad Kurnianto dan Sulistya Ika Putra dalam Fikrian (2018) penelitiannya mengatakan bahwa perguruan tinggi memainkan peran fungsionalnya dalam mempromosikan pendidikan kewirausahaan karena perguruan tinggi dianggap sebagai lembaga yang ideal dalam membentuk budaya dan aspirasi kewirausahaan dikalangan mahasiswa. Sudah semestinya perguruan tinggi menempatkan diri mereka sebagai pusat kewirausahaan dengan berkontribusi dalam memelihara sebuah lingkungan kewirausahaan yang menggabungkan faktor-faktor yang berkontribusi terhadap pengembangan kewirausahaan.

Boyd (2009), menjelaskan media sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain. Media sosial memiliki kekuatan pada *user generated content* (UGC) dimana konten dihasilkan oleh pengguna, bukan oleh editor sebagaimana di institusi media massa. Media sosial memiliki beberapa karakter yang tidak dimiliki oleh beberapa jenis media lainnya. Nasrullah (2016) dalam (Pustasari,2018) seperti jaringan, informasi, arsip, interaksi, simulasi sosial, konten oleh pengguna, dan penyebaran.

Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mataram Tahun 2020/2021 berjumlah 4.893 orang, yang tersebar pada berbagai jurusan dan program studi. Dari jumlah mahasiswa hanya 0,61% mahasiswa yang sudah memulai berwirausaha (Data Primer diolah Tahun 2020, lampiran). Hal ini sangat disayangkan jika jumlah mahasiswa yang sudah berwirausaha masih sangat sedikit. Dengan demikian dibutuhkan peran kampus untuk

memberikan edukasi di luar jam kuliah seperti terlaksananya kegiatan seminar-seminar kewirausahaan yang dapat memberikan pengetahuan dan menambah wawasan terkait dengan sistem menjalankan bisnis disaat masih menempuh pendidikan, manajemen waktu yang baik sehingga tidak mengganggu proses perkuliahan dan tetap berprestasi dalam akademik. Dengan harapan dapat merubah mindset mahasiswa untuk tidak hanya berharap untuk menjadi ASN (Aparatur Sipil Negara) saja yang peluangnya sangat sedikit. Untuk itu diharapkan mahasiswa dapat memulai berwirausaha yang dapat dilakukan dengan hanya bermodalkan smartphon yang dimiliki dan dengan memanfaatkan media sosial yang sudah sering digunakan sebelumnya. Karena media sosial merupakan suatu wadah yang dapat digunakan untuk mulai berwirausaha dengan modal dan resiko yang minim. Dari uraian di atas tim penulis tertarik untuk meg kaji “Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial Instagram Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mataram”.

Rumusan Masalah

Bagaimana pengaruh komunitas *online*, interaksi, aksesabilitas, terhadap minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

Tujuan Penelitian

Untuk mengkaji pengaruh komunitas *online*, interaksi, aksesibilitas, terhadap minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

2. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian deskriptif kuantitatif dipilih karena rancangan dalam penelitian ini adalah menghitung dan menginterpretasikan seberapa besar

hubungan dan pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen.

Jenis dan sumber data

Menggunakan data primer yang diperoleh langsung dari jawaban responden dan data skunder sebagai pendukung.

Populasi dan Sampel

Populasi semua mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis angkatan 2018 sejumlah 1.443 orang dengan jumlah sampel sejumlah 94 orang yang di peroleh dengan menggunakan rumus solvin.

Tehnik Pengumpulan Data

1. Observasi
Pengamatan terhadap objek penelitian.
2. Kuessioner
Daftar pernyataan atau pertanyaan yang dibuat guna mencari data yang diinginkan.
3. Dokumentasi Analisis dokumen lebih mengarah pada bukti konkret.

Skala pengukuran dan uji instrumen penelitian

Penelitian menggunakan skala likert dan uji instrumen penelitian menggunakan uji validitas dan reabilitas.

1. Uji validitas

Uji validitas dilakukan dengan cara mengkorelasikan seluruh skor yang diperoleh dari masing-masing pertanyaan atau pernyataan, menentukan layak atau tidaknya suatu item yang akan digunakan, dilakukan uji signfikansi koefisien pada taraf signifikansi 0,05. Artinya, suatu item dianggap valid jika berkorelasi signifikan terhadap skor total atau instrumen dinyatakan valid apabila $(r)_{hitung} > (r)_{tabel}$, dan instrumen dinyatakan tidak valid apabila $(r)_{hitung} < (r)_{tabel}$.

2. Uji reabilitas

Uji validitas dilakukan dengan cara mengkorelasikan seluruh skor yang diperoleh dari masing-masing pertanyaan atau pernyataan, selanjutnya dalam menentukan layak atau tidaknya suatu item yang akan digunakan, dilakukan uji signifikansi koefisien pada taraf signifikansi 0,05. Artinya, suatu item dianggap valid jika berkorelasi signifikan terhadap skor total atau instrumen dinyatakan valid apabila $(r)_{hitung} > r_{tabel}$, dan instrumen dinyatakan tidak valid apabila $(r)_{hitung} < r_{tabel}$.

Uji Regresi Linier Berganda Persamaan Model Regresi

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

a = Constanta
X1 = komunitas Online
X2 = interaksi
X3 = Aksesibilitas
b1,b2,b3 = koefisien regresi
e = eror

1. Uji T (Parsial)

Digunakan untuk menguji koefisien regresi setiap variabel independen. Hal ini dilakukan untuk memastikan apakah variabel independen yang terdapat dalam suatu model secara individu berpengaruh terhadap nilai variabel dependen. Dasar pengambilan keputusan dengan melihat probabilitas signifikansi. Apa bila nilai probabilitas signifikansi $> 0,05$ maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen dan variabel dependen. Begitupun sebaliknya.

2. Uji F(Simultan)

Digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel independen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Dasar pengambilan keputusan dengan melihat probabilitas signifikansi. Apa bila nilai probabilitas

signifikansi $> 0,05$ maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen dan variabel dependen. Begitupun sebaliknya.

3. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R Square atau R^2) yang bermakna sebagai sumbangan pengaruh yang diberikan variabel bebas atau variabel independen (X) terhadap variabel terikat atau variabel dependen (Y). Nilai koefisien determinasi ini berguna untuk memprediksi dan melihat seberapa besar kontribusi pengaruh yang diberikan variabel X secara simultan terhadap variabel Y.

Uji Asumsi Klasik

Untuk meyakinkan bahwa persamaan garis regresi yang diperoleh adalah linier atau BLUE (*Best Linear Unbiased Estimator*) dan dapat dipergunakan (valid) untuk mencari peramalan, maka akan dilakukan pengujian asumsi multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan normalitas

1. Deteksi Multikolinearitas

Deteksi multikolinearitas adalah untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Apabila terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat problem multikolinearitas (Ghozali, 2011). Untuk menguji ada atau tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi dapat dilihat dari *tolerance value* atau *variance inflation factor* (VIF). Batas dari *tolerance value* $> 0,1$ atau nilai VIF lebih kecil dari 10 maka tidak terjadi multikolinieritas.

2. Heteroskedastisitas

Deteksi heteroskedastisita Adalah untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2011).pengambilan kesimpulan dengan melihat penyebaran titik (data) pada grafik plot. Apabila tidak

terdapat pola tertentu dan titik(data) menyebar maka tidak terjadi masalah

3. Normalitas

Deteksi normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi,

kedua variabel (bebas maupun terikat) mempunyai distribusi normal atau setidaknya mendekati normal (Ghozali, 2011).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Tabel 1.4.
 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis kelamin	Jumlah	%
1	Laki – laki	29 orang	31 %
2	Perempuan	65 orang	69 %
Total		94 orang	100 %

Sumber : Data primer diolah tahun 2021

Dari tabel di atas mayoritas responden adalah dengan jenis kelamin perempuan yakni sebanyak 65 orang atau sekitar (69%) dari total seluruh responden

Tabel 1.5
 Distribusi Responden Berdasarkan Program Studi

No	Program studi	Jumlah	%
1	IESP	38 orang	40 %
2	Akuntansi	16 orang	17 %
3	Manajemen	18 orang	19 %
4	D3 Akuntansi	10 orang	11 %
5	D3 Perpajakan	7 orang	8 %
6	D3 Pariwisata	5 orang	5 %
TOTAL		94 orang	100 %

Sumber : Data primer diolah tahun 2021

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui responden terbanyak yakni dari program studi IESP sebanyak 38 orang (40%) dari total seluruh responden.

Tabel 1.6
 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Media Sosial Instagram

No	Waktu	Jumlah	%
1	1 – 3 jam/hari	38 orang	40 %
2	4 – 6 jam/hari	30 orang	32 %
3	7 – 9 jam/hari	13 orang	14 %
4	> 9 jam/hari	13 orang	14 %
TOTAL		94 orang	100 %

Sumber : Data primer diolah tahun 2021

Dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam menggunakan media sosial Instagram adalah 1-3 jam per hari yakni sebanyak 38 orang (40%) dari seluruh responden

Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai kritis	Keterangan
Komunitas online	0,697	0,60	Reliabel
Interaksi	0,683	0,60	Reliabel
Aksesabilitas	0,689	0,60	Reliabel
Minat berwirausaha	0,667	0,60	Reliabel

Dengan demikian dari uji validitas dan reabilitas yang dilakukan diperoleh hasil bahwa semua item pertanyaan yang digunakan dalam penelitian dinyatakan valid dan reliabel

Uji Validitas

Item pernyataan (komunitas Online)	R hitung	R tabel	Signifikan	Kesimpulan
X1.1	0,819	0,202	0,000	Valid
X1.2	0,504	0,202	0,000	Valid
X1.3	0,658	0,202	0,000	Valid

Sumber : data primer diolah tahun 2021

Item pernyataan (interaksi)	R hitung	R tabel	Signifikan	Kesimpulan
X2.1	0,319	0,202	0,000	Valid
X2.2	0,386	0,202	0,000	Valid
X2.3	0,382	0,202	0,000	Valid

Sumber: data primer diolah 2021

Item pernyataan (aksesabilitas)	R hitung	R tabel	Signifikan	Kesimpulan
X3.1	0,563	0,202	0,000	Valid
X3.2	0,701	0,202	0,000	Valid
X3.3	0,717	0,202	0,000	Valid

Item pernyataan (minat berwirausaha)	R hitung	R tabel	Signifikan	Kesimpulan
Y1	0,646	0,202	0,000	Valid
Y2	0,830	0,202	0,000	Valid
Y3	0,774	0,202	0,000	Valid
Y4	0,755	0,202	0,000	Valid
Y5	0,564	0,202	0,000	Valid
Y6	0,675	0,202	0,000	Valid
Y7	0,526	0,202	0,000	Valid
Y8	0,664	0,202	0,000	Valid

Variabel	Prediksi	Koefisien	T hitung	Signifikansi	Ket
(Constanta)	-	11,767	2,344	0,021	-
Minat Berwirausaha	-				
Komunitas online	-	0,432	1,742	0,085	Ditolak
Interaksi	-	0,515	2,368	0,020	Diterima
Aksesabilitas	-	0,782	3,597	0,001	Diterima
R square	0,187				
Adjusted R2	0,160				
F hitung	6,920				

$$Y = 11,767 + 0,432X_1 + 0,515X_2 + 0,782X_3 + e$$

1. Uji t (Parsial)

a. Komunitas Online

Berdasarkan tabel 4.14 dapat diketahui nilai t hitung untuk variabel komunitas *online* sebesar $1,742 < 1,978$ dengan signifikansi $0,085 > 0,05$.

b. Interaksi

Dapat diketahui nilai t hitung untuk variabel interaksi sebesar $2,368 > t$ tabel $1,978$ dengan signifikansi $0,020 < 0,05$. sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X_2 (interaksi) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y (minat berwirausaha).

c. Aksesabilitas

Dapat diketahui nilai t hitung untuk variabel aksesabilitas sebesar $3,597 > t$ tabel $1,978$ dengan signifikansi $0,001 < 0,05$. sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X_3 (aksesabilitas) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y (minat berwirausaha).

2. Uji F (Simultan)

Dapat diketahui nilai F hitung = $6,920$. Sedangkan pada F tabel diperoleh dengan rumus $FINV=(0,05;3;90) = 2,706$. Sehingga F hitung = $6,920 > F$ tabel = $2,706$ dan sig $0,000 < 0,05$. Dengan demikian secara bersama – sama semua variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.

3. Koefisien Determinasi (R Square)

Dapat diperoleh angka R^2 (*R square*) sebesar $0,187$ atau $18,7\%$. Hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen hanya sebesar $18,7\%$ dan sisanya sebesar $81,3\%$ dipengaruhi oleh variabel – variabel lainnya yang berada diluar model.

4. UJI ASUMSI KLASIK

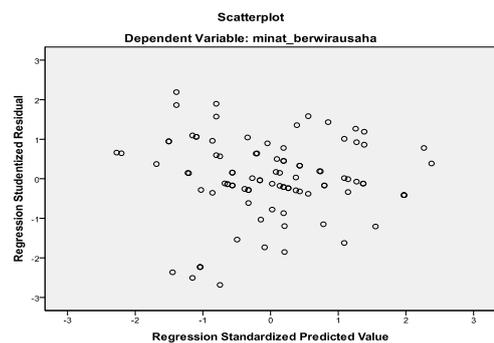
1. Uji Multikoloniaritas

Variabel	Nilai Tolerance	Nilai VIF
Komunitas online	0,999	1,001
Interaksi	0,996	1,004
Aksesabilitas	0,996	1,004

Sumber : Data primer diolah tahun 2021

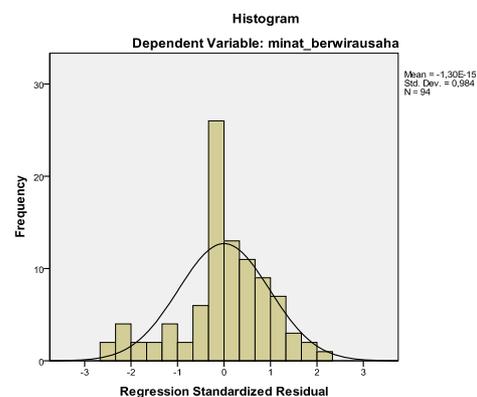
Diperoleh nilai VIF untuk komunitas *online*, interaksi, dan aksesabilitas < 10 dan nilai *Tolerance* $> 0,1$ maka dapat disimpulkan bahwa model regresi bebas dari multikoloniaritas atau tidak adanya masalah multikoloniaritas.

1. Uji Heteroskedastisitas



Berdasarkan gambar grafik tersebut dapat dilihat jika titik – titik menyebar di atas dan di bawah sumbu Y maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas dalam model.

2. Uji Normalitas



Berdasarkan grafik tersebut dapat dilihat jika data (titik) menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

5. KESIMPULAN

Dengan demikian secara parsial variabel komunitas online tidak berpengaruh terhadap variabel minat berwirausaha dan variabel interaksi dan aksesabilitas berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha. Dan dengan uji simultan secara bersamaan semua variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Yang terakhir dengan uji asumsi klasik yang dilakukan model regresi yang digunakan memenuhi kriteria linier atau BLUE (*Best Linier Unbisaide Estimator*).

SARAN

Mahasiswa dapat bergabung dalam komunitas online yang ada sehingga tumbuhnya minat berwirausaha dan dibutuhkan peran kampus untuk memberikan pembelajaran wirausaha yang dapat dilakukan dengan mengadakan seminar – seminar kewirausahaan di luar jam kuliah sehingga mendorong minat mahasiswa dalam berwirausaha.

REFERENSI

- Anonomi, 2020. **Nusa Tenggara Barat Dalam Angka**, Badan Pusat Statistik Nusa Tenggara Barat, Mataram.
- Andi Dwi Riyanto. “**Hootsuite (We Are Social): Indonesian Digital Report 2020** – Andi Dwi Riyanto, Dosen, Praktisi, Konsultan, Pembicara: E-Bisnis/Digital Marketing/Promotion/Internet Marketing, SEO, Technopreneur, Fasilitator Google Gapura Digital Yogyakarta.” *Andi.link*, 2020, andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2020/.
- Ghozali, I. (2011). **Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS**. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Deslima, Y. D. (2018). Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah Bagi Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam UIN Raden Intan Lampung. Lampung: UIN Raden Intan Lampung. Skripsi
- Puspitasari, D. (2018). Pengaruh Terpaan Video Beauty Vlogger Di Youtube Terhadap Perilaku Imitasi Mahasiswi Dalam Merias Wajah (Studi pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang Angkatan 2013. Malang: University Of Malang. <http://eprints.umm.ac.id/40601/3/BAB%20II.pdf>
- Chusumastuti, D. (2020). Pengaruh Pemanfaatan Media Online Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa (Studi Kasus Disekolah Tinggi Multi Media “MMTC” Yogyakarta). *Jurnal Riset Inspirasi Manajemen dan Kewirausahaan*.
- Fikriani, M. (2018). Analisis Peran Media Sosial Instagram Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Dalam Persektif Ekonomi Islam (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung Angkatan 2014) . *Jurnal, Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung*. Vol. 2, No 2, 2018

Yudi Siswadi 2013 Analisis Faktor Internal, Faktor Eksternal Dan Pembelajaran Kewirausahaan Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Dalam Berwirausaha. Jurnal Manajemen dan Bisnis, Vol. 3 no 1 20

