

**PENGARUH PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DAN PENGETAHUAN  
KEWIRAUSAHAAN PADA MINAT WIRAUSAHA MAHASISWA****Supriyanto<sup>1</sup>, Mahmudah Hasanah<sup>2</sup>, M.Saidillah<sup>3</sup>**<sup>1,2,3</sup>Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan  
Universitas Lambung Mangkurat<sup>1</sup>supriyanto100759@yahoo.com, <sup>2</sup>hasanah.mahmudah@gmail.com,<sup>3</sup>muhammadsaidillah42@gmail.com**ABSTRAK**

Pengangguran adalah masalah yang sangat serius yang dihadapi masyarakat Indonesia saat ini, dan ini adalah hasil dari banyak orang yang hanya memikirkan mencari pekerjaan daripada menciptakan pekerjaan mereka sendiri. Salah yang dapat dilakukan dalam mengatasi masalah pengangguran adalah dengan menimbulkan ketertarikan mahasiswa dalam berwirausaha. Tujuan dalam kajian ini untuk mengidentifikasi: (1) Penerapan media sosial pada ketertarikan wirausaha. (2) pengetahuan kewirausahaan pada minat wirausaha. (3) penggunaan media sosial dan pengetahuan kewirausahaan kepada minat berwirausaha. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan pengambilan sample menggunakan stratified random sampling. Teknik analisis prasyarat mencakup tes keadaan normalitas dan linier. Uji regresi berganda yang dipakai dalam uji hipotesis. Berdasarkan hasil penelitian, hasil berikut dapat diperoleh: (1) Media sosial memiliki pengaruhkan minat berwirausaha dengan  $T_{count} > T_{table}$  (6,721 > 1.983). (2) Pengetahuan kewirausahaan berpengaruhkan minat berwirausaha ditunjukkan  $T_{count} > T_{table}$  (5,840 > 1.983). (3) Media sosial dan pengetahuan kewirausahaan secara simultan memiliki pengaruh akan minat berwirausaha ditunjukkan nilai  $F_{count} > F_{table} = 97,948 > 3,090$ .

Kata Kunci : Media sosial, Pengetahuan kewirausahaan, Minat berwirausaha

**PENDAHULUAN**

Pengangguran biasanya disebabkan oleh inkonsistensi. Pengangguran membuat perekonomian suatu Negara menjadi lesu. Karena, produktivitas dan pendapatan perkapita akan menurun sehingga dapat menimbulkan ketimpangan sosial dan masalah lainnya. Pencarian pekerjaan merupakan proses dalam menyesuaikan pekerja dengan pekerjaan yang dirasa cocok. Alasan masalah pengangguran berpendidikan adalah bahwa banyak dari mereka hanya bertujuan untuk mencari pekerjaan, bukan menciptakan pekerjaan. Menjadi wirausahawan bisnis adalah alternatif yang bijak. Bersama dengan kemampuan untuk menciptakan pekerjaan sendiri, dan juga dapat membantu orang lain. Jika perusahaan tumbuh, itu dapat menampung lebih banyak pekerja. sehingga mereka dapat membantu lebih banyak orang. Kornianto & Putra (2012) berpendapat dalam sebuah penelitian yang terkait dengan minat wirausaha mahasiswa bahwa cara untuk meningkatkan minat dalam inisiatif bisnis dapat dimulai dari perguruan tinggi.

Berdasarkan data awal yang didapat pada 12 – 14 Februari 2019 terhadap 52 mahasiswa pendidikan ekonomi tentang minat berwirausahanya sebagai berikut :

Tabel 1 Minat Mahasiswa Untuk Berwirausaha

Pilihan Jawaban	Jumlah Responden	Persentase %
Berminat	19 mahasiswa	36,50%
Tidak berminat	33 mahasiswa	63,50%
Jumlah	52 mahasiswa	100%

*Sumber : Data Olahan 2019*

Berdasarkan tabel di atas, minat mahasiswa sangat rendah. Program pendidikan ekonomi, menunjukkan bahwa dari 52 responden yang berprinsip menyatakan bahwa mereka tertarik dalam semangat inisiatif, hanya 36,5% atau 19 mahasiswa, dari 52 responden awal. Alasan mengapa mahasiswa yang tertarik dalam proyek-proyek kewirausahaan adalah menonton teman-teman, pengaruh keluarga, dan dampak lingkungan, dan dampak pada media sosial, untuk meningkatkan pendapatan, dan dampak dari seminar kewirausahaan atau kursus kewirausahaan. Berkenaan dengan alasan mengapa mahasiswa tidak tertarik berwirausaha, mereka takut risiko kerugian, dan tidak memiliki motivasi untuk berwirausaha, dan mereka memiliki ambisi untuk bekerja di perusahaan dan tidak tahu sifat dari pekerjaan yang mereka harus mengelola. Di antara banyak faktor yang mempengaruhi minat wirausaha, peneliti akan membahas hanya dampak media sosial dan pengetahuan tentang kewirausahaan. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Seberapa besar pengaruh pemanfaatan media sosial dan pengetahuan berwirausaha terhadap minat kewirausahaan mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Angkatan 2015-2016 Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin?”.

Media sosial yaitu perkembangan terkini dari sebuah teknologi baru untuk pengembangan Internet berbasis Web, yang membuatnya orang dapat berkomunikasi dengan baik dan tentu cepat, dan berbagi berita melalui internet. Sehingga mereka dapat mempublikasikan konten mereka sendiri. Menurut pendapat Aditya (2015) situs jejaring sosial merupakan tempat dimana orang saling berinteraksi dengan teman-teman mereka, baik yang mereka kenal di dunia nyata atau di dunia maya yang belum pernah bertemu sama sekali. Kietzmann, Hermkens, McCarthy, & Silvestre (2011) media sosial

merupakan pengembangan jejaring sosial Internet diciptakan awalnya sebagai media atau perantara pertukaran informasi antara pengguna (Zafar 2015, h. 18). Sementara Suardi (2016) memaparkan bahwa sarana komunikasi sosial adalah media konten yang dibuat menggunakan teknologi yang maju yang dapat dengan cepat dan mudah dijangkau oleh semua orang.

Mayfield (2008) dalam Nurjanah (2014, h. 8), memaparkan bahwa indikator jejaring sosial yaitu:

1. Partisipasi. Jejaring sosial mengajak orang untuk berkomentar bagi yang tertarik.
2. Keterbukaan. menerima masukan dari orang lain dalam bentuk komentar.
3. Percakapan. Komunikasi berbagai arah dapat disalurkan ke orang banyak.
4. Komunikasi. jejaring sosial memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk secara cepat membentuk dan berkomunikasi secara lebih efektif.
5. Koneksi timbal balik. Hampir semua media sosial berhasil berkomunikasi satu sama lain, menciptakan tautan di situs, sumber daya, dan orang lain.
6. Keterampilan mahasiswa dalam menggunakan atau memakai media sosial.

Pengetahuan kewirausahaan adalah pengelolaan semua elemen sistem dalam bentuk dokumen, database, serta informasi mengenai pengalaman seseorang dalam mengelola SDM dan pengalaman keterampilan secara perorangan atau kolektif. Menurut pandangan lain "Pengetahuan terdiri dari pengetahuan langsung yang dimiliki oleh seorang wirausahawan sebelum menjadi wirausaha dan pengetahuan tidak langsung yang diperoleh dari berbagai kalangan dan ketika ia menjadi wirausaha" (Widayana, 2005, h. 9). Menurut (Kuntowicaksono, 2012, h.15) "Pengetahuan kewirausahaan merupakan aspek penting kewirausahaan, karena dengan memiliki pengetahuan yang cukup atau cukup, seseorang akan dapat menjalankan bisnis".

Dalam pengkajian ini, indikator untuk mengukur pengetahuan mahasiswa dalam kewirausahaan adalah indikator yang diterangkan oleh (Yunita, 2012, h. 14) sebagai berikut:

1. Tahu bisnis yang akan diluncurkan dan lingkungan bisnis di sekitarnya
2. Ketahui usaha yang akan dimulai dan kenali lingkungan usaha
3. Pengetahuan tentang peran dan tanggung jawab dalam administrasi bisnis
4. Pengetahuan pribadi dan manajemen individu
5. Pengetahuan manajemen dan manajemen bisnis

Ketertarikan pada kewirausahaan atau minat berwirausaha adalah "kemampuan untuk berani dalam memenuhi kebutuhan hidup, mempromosikan bisnis atau menciptakan bisnis baru dengan kekuatan mereka sendiri" (Wulandari, 2013, h. 49). Menurut (Iskandar, 2012, h. 59) Indikator minat atau ketertarikan berwirausaha adalah:

1. Perhatian seseorang dalam kewirausahaan.
2. Kesiapan untuk terlibat dalam aktivitas wirausaha.
3. Lihai melihat peluang usaha.
4. Menggunakan potensi individu dalam kewirausahaan.
5. Keberanian dalam menghadapi sebuah risiko.
6. Keberanian untuk menghadapi sebuah tantangan.
7. Senang dengan aktivitas kewirausahaan.
8. Berkeinginan mencapai cita-cita sebagai wirausaha.

## **METODE PENELITIAN**

---

Jenis kajian yang dipakai adalah deskriptif korelasional. Menurut Arikunto(2010) Korelasi deskriptif merupakan kajian yang disusun untuk mengetahui hubungan antara variabel yang tidak sama dalam suatu masyarakat, sedangkan peneliti yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif.

Variabel menurut ahli “Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja dan ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian dapat diketahui kesimpulannya”(Sugiyono, 2012, h. 60). Variable dalam penelitian ini adalah pemanfaatan media sosial sebagai X1, variable pengetahuan kewirausahaan sebagai X2, dan minat berwirausaha sebagai Y1.

Populasi merupakan subjek dan objek yang ada di suatu daerah dan mencapai kondisi tertentu yang terkait dengan pencarian suatu masalah. Dalam penelitian ini, populasi kelas 2015-2016 adalah kelas program studi pendidikan ekonomi, Universitas Lambung Mangkurat, Banjarmasin. Sementara jumlah mahasiswa yang terdaftar dalam program pendidikan ekonomi kelas 2015-2016 adalah 149.

Tabel 2 Jumlah Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2015-2016

Mahasiswa	Laki-Laki	Perempuan	Total
2015	23	49	72
2016	17	60	77
Jumlah	40	109	149

Sumber : Data Olahan 2019

Menurut ahli merupakan “sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi”(Sugiyono,2012, h.131). Menentukan ukuran sample mengacu pada tabel yang dari komunitas tertentu pada kesalahan dengan tingkat 1 persen, 5 persen, dan 10 persen. Di tabel Isaac dan Michael, sampel 105 mahasiswa diambil dari 149 mahasiswa dengan tingkat kesalahan 5%. Alasan untuk mengambil tingkat kesalahan adalah 5% karena tingkat kesalahan maksimum dalam penelitian sosial adalah 5%.

Teknik sampel memakai *proportional stratified random sampling*. Teknik pengambilan sampel relatif adalah sampel yang dihitung berdasarkan perbandingan. Adapun perhitungan sampel mahasiswa pendidikan ekonomi dari 2015 hingga 2016 adalah sebagai berikut.

$$\text{Angkatan 2015} : \frac{72}{149} \times 105 = 50$$

$$\text{Angkatan 2016} : \frac{77}{149} \times 105 = 55$$

Sehingga dari keseluruhan sample mahasiswa pendidikan ekonomi tersebut adalah 105 sample yang terdiri dari angkatan 2015 sebanyak 50 mahasiswa dan 2016 sebanyak 55 mahasiswa.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Analisis Deskriptif

Tabel 3 Distribusi Pemanfaatan media social ( X1)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	2	1.9	1.9	1.9
	Sedang	79	75.2	75.2	77.1
	Tinggi	24	22.9	22.9	100.0
	Total	105	100.0	100.0	

Sumber : Data Olahan 2019

Berdasarkan olah data di atas, kecenderungan variabel penggunaan media sosial di kelas atas ada 24 mahasiswa atau 22,9%, maka di kelas menengah 79 mahasiswa atau 75,2%, dan dalam kategori rendah 2 mahasiswa sebesar 1,9%. Dengan demikian, dimungkinkan untuk mengatakan bahwa kecenderungan menggunakan media sosial di kelas menengah atau sedang.

Tabel 4 Pengetahuan kewirausahaan (X2)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	37	35.2	35.2	35.2
	Sedang	57	54.3	54.3	89.5
	Tinggi	11	10.5	10.5	100.0
	Total	105	100.0	100.0	

Sumber : Data Olahan 2019

Berdasarkan tabel di atas, ini menunjukkan tren variabel pengetahuan akan kewirausahaan di kelas atas ada 11 mahasiswa sebesar 10,5%, kemudian di kelas menengah ada 57 mahasiswa dengan 54,3%, dan dalam kategori yang lebih rendah 37 mahasiswa sebesar 35,2%. Dengan demikian, dimungkinkan untuk mengatakan bahwa kecenderungan akan pengetahuan kewirausahaan di kelas menengah atau menengah.

Tabel 5 Distribusi Kategorisasi Variabel Minat Berwirausaha (Y1)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	14	13.3	13.3	13.3
	Sedang	73	69.5	69.5	82.9
	Tinggi	18	17.1	17.1	100.0
	Total	105	100.0	100.0	

Sumber : Data Olahan 2019

Berdasarkan olah data di atas, ini menunjukkan arah variabel minat dalam proyek-proyek di kelas atas ada 18 mahasiswa sebesar 17,1%, kemudian di kelas menengah 73 mahasiswa dengan 69,5%, dan di kelas bawah 14 mahasiswa sebesar 13,33%. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa tren proyek minat di kelas menengah atau sedang.

### Uji Hipotesis

Ada dua variabel independen dalam penelitian ini, yaitu pemakaian sarana komunikasi sosial (media social) dan pengetahuan kewirausahaan, sehingga analisis yang diterapkan dalam kajian ini adalah analisis regresi multi-linear. Hasil penelitian dan perhitungan menggunakan SPSS 23, diringkas dalam tabel dibawah:

Tabel 6 Hasil analisis regresi linier berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
	(Constant)	15.018	6.503	2.309	.023	
1	Media_Sosial	.685	.102	.485	6.721	.000
	Pengetahuan_kewirausahaan	.510	.087	.422	5.840	.000

Sumber.: Data Olahan 2019

Berdasarkan perhitungan data di atas, Tcount yang diperoleh untuk variabel media sosial adalah Tount6,721, sedangkan Ttable = 1,983. Kemudian Tount> Ttable (6.721> 1.983) berarti ada pengaruh yang besar antara pemakaian media sosial pada ketertarikan atau minat berwirausaha mahasiswa dalam program studi pendidikan ekonomi FKIP ULM. Nilai signifikansi diperoleh sebesar 0,00 dengan sig <0,05 berarti bahwa ada dampak yang signifikan pada penggunaan media sosial pada minat berwirausahamahasiswa.

Berdasarkan perhitungan data di atas, Tcount yang diperoleh untuk variabel media sosial adalah Tount = 5,840, sedangkan Ttable = 1,983. Kemudian Tcount> Ttable (5,840> 1.983),maka ada pengaruh yang besar diantara pengetahuan akan kewirausahaan dan minat berwirausaha mahasiswa dari Program Studi Pendidikan Ekonomi di FKIP ULM Banjarmasin. Nilai diperoleh dari sig sebesar 0,00 dengan sig <0,05 berarti ada suatu pengaruhsignifikan akan pengetahuan kewirausahaanmahasiswa.

Tabel 7 Hasil Analisis Regresi Berganda dengan Uji F

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	6.520.090	2	3.260.045	97.948	.000 <sup>b</sup>
Residual	3.394.901	102	33.283		
Total	9.914.990	104			

Sumber.: Data Olahan 2019

Dari hasil olah datadiatas, kita dapatmengetahui bahwa tingkat signifikansi memakai 0,05 (5%). DF (n-k-1) 3-1=2 dan df 2 atau 105 dan k adalah jumlah variabel independent. df (derajat kebebasan) n-k-1 atau 150-2-1= 102 bahwa nilai Fhitung>Ftabel=

97,948 > 3,090 dan nilai sig. 0,00 < 0,05, artinya kita dapat artikan pemanfaatan media sosial (X1) dan pengetahuan kewirausahaan (X2) berpengaruh secara simultan terhadap minat berwirausaha Mahasiswa (Y) pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi kelas 2015-2016 FKIP ULM Banjarmasin.

Untuk menanggapi variabel bebas mampu mempengaruhi variabel terikat, dapat kita lihat pada tabel dibawah:

Tabel 8 Hasil Linier Berganda

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.811 <sup>a</sup>	.658	.651	5.769

Sumber: Data Olahan 2019

Berdasarkan data diatas, angka itu diperoleh R<sup>2</sup> (R square) dari 0,658 atau 65,8%. Hal ini menunjukkan bahwa persentase kontribusi variabel independen secara simultan mempengaruhi penggunaan jejaring sosial dan pengetahuan kewirausahaan pada variabel dependen untuk kepentingan terkemuka siswa adalah 65,8%, sedangkan 34,2% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diuji dalam kajian kali ini. Jadi dapat kita artikan bahwa pemakaian media sosial dan pengetahuan kewirausahaan pada perubahan minat mahasiswa dalam berwirausaha pada satu waktu di 2015-2016 mahasiswa pendidikan ekonomi FKIP ULM Banjarmasin dapat diterima.

### Pembahasan

Dari hasil pembahasan di atas maka penggunaan media sosial pada mahasiswa pendidikan ekonomi dari generasi 2015-2016 FKIP ULM Banjarmasin adalah sebagai berikut di kelas atas hingga 24 mahasiswa atau 22,9%, kemudian di kelas moderat hingga 79 mahasiswa atau 75,2%, dan di kelas rendah seperti 2 mahasiswa atau 1,9%. Maka kita dapat menyimpulkan bahwa penggunaan media sosial dalam kategori pendidikan ekonomi untuk 2015-2016 mahasiswa FKIP ULM Banjarmasin adalah di kelas menengah. Pengetahuan kewirausahaan pada mahasiswa generasi 2015-2016 dari FKIP ULM Banjarmasin adalah sebagai berikut dalam kategori teratas 11 mahasiswa atau 10,5%, kemudian di kelas menengah dari 57 mahasiswa di 54,3%, dan di kelas rendah dari 37 mahasiswa di 35,2%. Sehingga dapat diartikan bahwa pengetahuan tentang kewirausahaan kelas 2015-2016 mahasiswa pendidikan ekonomi FKIP ULM Banjarmasin berada di kelas menengah. Minat berwirausaha dalam generasi 2015-2016 mahasiswa FKIP ULM Banjarmasin dalam pendidikan ekonomi adalah sebagai berikut dalam kategori teratas dengan hingga 18 mahasiswa pada 17,1%, kemudian dalam kategori sedang hingga 73 mahasiswa pada 69,5%, dan dalam kategori rendah Rata-rata hingga 14 mahasiswa mencapai 13,33%. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa tren proyek minat di kelas menengah.

Penggunaan media sosial telah meningkatkan minat mahasiswa dalam berwirausaha. Berdasarkan hasil survei, yang dibagikan kepada 105 mahasiswa, diketahui bahwa media sosial memiliki dampak signifikan terhadap minat wirausaha pada mahasiswa pendidikan ekonomi generasi 2015-2016 dari FKIP ULM Banjarmasin. Hal ini di tunjukan dengan  $T_{hitung} > T_{tabel}$  (6,721 > 1,983) artinya ada sebuah pengaruh baik dan signifikan antara pemakaian media social terhadap ketertarikan atau minat

berwirausaha mahasiswa. Dengan demikian semakin tepat pemakain media social maka akan semakin bagus pula ketertarikan mahasiswa akan kewirausahaan.

Dampak pengetahuan kewirausahaan pada minat mahasiswa dalam berwirausaha. Berdasarkan hasil kuesioner yang dibagikan kepada 105 mahasiswa, pengetahuan tentang kewirausahaan diketahui memiliki dampak signifikan terhadap minat wirausaha pada mahasiswa pendidikan ekonomi FKIP ULM Banjarmasin 2015-2016. Hal ini di tunjukan dengan  $T_{hitung} > T_{tabel}$  ( $5,840 > 1,983$ ) Kewirausahaan mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa semakin bagus pengetahuan seseorang akan kewirausahaan, semakin baik pula ketertarikan minat mereka dalam kewirausahaan.

Dampak dari penggunaan media sosial dan pengetahuan seseorang akan kewirausahaan terhadap minat siswa dalam berwirausaha. Memeparkan hasil kuesioner yang dibagikan kepada 105 mahasiswa, diketahui bahwa penggunaan media sosial dan pengetahuan tentang kewirausahaan memiliki pengaruh umum pada bunga kepemimpinan dalam pendidikan ekonomi untuk kelas 2015-2016 FKIP ULM Banjarmasin. Hal ini dapat direrangkan dari nilai yang diperoleh dari  $F_{hitung} > F_{tabel} = 97,948 > 3,090$  dan nilai-nilai Sage.  $0.00 < 0,05$ , maka dapat diartikan penggunaan sarana komunikasi sosial (X1) dan pengetahuan tentang kewirausahaan (X2) berpengaruh pada satu waktu dalam minat mahasiswa dalam berwirausaha (Y) pada mahasiswa pendidikan ekonomi di kelas 2015-2016 FKIP ULM Banjarmasin. Nilai  $R^2$  (Rsquare) dari 0,658 atau 65,8%. Hal ini berarti bahwa persentase variabel independen secara simultan mempengaruhi penggunaan dan kewirausahaan dalam pengetahuan media sosial dari variabel dependen untuk memimpin mahasiswa dari 65,8%, sedangkan variable lain mempengaruhi 34,2%.

## **SIMPULAN**

Berdasarkan hasil kajian yang dilakukan dapat ditarik sebuah kesimpulan sebagai berikut:

Penggunaan media sosial pada generasi 2015-2016 mahasiswa pendidikan ekonomi FKIP ULM Banjarmasin di kelas menengah. Pengetahuan kewirausahaan antara mahasiswa generasi 2015-2016 FKIP ULM Banjarmasin dalam pendidikan ekonomi di kelas menengah. Minat bisnis atau minat berwirausaha pada generasi 2015-2016 mahasiswa FKIP ULM di kelas menengah.

Penggunaan media sosial mempunyai pengaruh pada minat kewirausahaan mahasiswa pendidikan ekonomi pada generasi 2015-2016 FKIP ULM Banjarmasin. Sedangkan pengaruh yang signifikan didapat antara pengetahuan kewirausahaan pada minat kewirausahaan pada generasi 2015-2016 di FKIP ULM Banjarmasin. Dan juga ada dampak yang signifikan pada penggunaan media sosial dan kewirausahaan bersama pada minat kewirausahaan pada generasi 2015-2016 mahasiswa pendidikan ekonomi FKIP ULM Banjarmasin.

## **REFERENSI**

- Aditya, R. (2015). Pengaruh media sosial instagram terhadap minat fotografi pada komunitas fotografi pekanbaru. *Jurnal Fisip*, 2, 1-14.
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka cipta.
- Iskandar. (2012). Efektivitas pendidikan kewirausahaan dalam mengembangkan intensi kewirausahaan mahasiswa. *Disertasi*. SPS UPI Bandung.



- Kuntowicaksono.(2012).Pengaruh pengetahuan wirausaha dan kemampuan memecahkan masalah wirausaha terhadap minat berwirausaha siswa sekolah menengah kejuruan. *Journal of Economic Education*.1 (1).46-52.
- Nurjanah, S. ( 2014 ). Pengaruh penggunaan media sosialfacebook terhadap perilaku cyberbullying pada siswa SMAN 12 Pekanbaru. *JOm Fisip1* (2)
- Suardi, M. (2015).*Belajar dan Pembelajaran*.Yogyakarta : Depublish Publisher.
- Sugiyono. 2012. Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan r&d. Bandung: Alfabeta
- Widayana, L. (2005). Knowledge management, meningkatkan daya saing bisnis. Malang: Bayu Media.
- Widoyoko, E.P. (2015).*Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Yunita, A. (2012). Pengaruh word of mouth, iklan, dan atribut produk terhadap keputusan pembelian dan loyalitas konsumen.*Jurnal Manajemen Teknologi*, 11, (1), 75-95.