

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS PENELITIAN**

#### **A. Kajian Pustaka**

##### **1. Manajemen Sumber Daya Manusia**

Aset terpenting dalam membangun suatu negara adalah diperlukannya Sumber Daya Manusia (SDM) untuk mendukungnya. Tanpa kontribusi atau dukungan dari sumber daya manusia yang dimiliki maka akan sulit bagi suatu negara berkembang. Menurut Ansory & Indrasari (2018), sumber daya manusia diartikan sebagai individu yang memiliki peran penting sebagai penggerak dalam suatu organisasi, sehingga perlu diberikan pelatihan atau pengembangan guna meningkatkan kompetensinya. Selain itu, sumber daya manusia juga dimaknai sebagai kapasitas seseorang baik secara mental maupun fisik, yang perilaku dan karakternya dibentuk oleh faktor keturunan serta lingkungan, sedangkan pencapaian kinerjanya lahir dari dorongan untuk memenuhi rasa puas dalam bekerja (Laili, 2018).

Berdasarkan Tufa (2019), menyebutkan bahwa Sumber Daya Manusia (SDM) yakni seluruh kemampuan atau potensi dalam diri penduduk di suatu wilayah tertentu dengan ciri khas demografis, sosial ataupun ekonomi yang dimanfaatkan guna keperluan pembangunan suatu negara. Kemampuan Sumber Daya Manusia (SDM) untuk memberi pengaruh pada alam menunjukkan bahwa Sumber Daya Manusia (SDM) menduduki posisi sangat penting pada dasarnya. Jika, di dalam suatu

negara mempunyai Sumber Daya Manusia (SDM) yang mencukupi maka negara tersebut bisa dikatakan maju (Nadya *et al.*, 2024).

William R. tracer dalam “The Human Resources Glosarium” berpendapat bahwa Sumber Daya Manusia (SDM) didefinisikan sebagai individu-individu yang memiliki peranan penting dalam membentuk dan mengembangkan suatu organisasi maupun instansi. Berdasarkan berbagai pendapat yang telah diuraikan, dapat disimpulkan bahwa SDM merupakan aset yang sangat bernilai dalam mewujudkan tujuan organisasi, sehingga membutuhkan dukungan yang tepat untuk mengoptimalkan potensinya demi tercapainya target yang telah dirancang sebelumnya.

## **2. Minat berwirausaha**

Minat berwirausaha merupakan keyakinan seseorang untuk melakukan tindakan dalam pemanfaatan peluang bisnis (Youssef *et al.*, 2021). Sedangkan Liñán & Chen (2009), mengutarakan minat berwirausaha yakni keadaan kognitif dalam diri seseorang dalam mengambil keputusan untuk memulai usaha. Minat berwirausaha tercermin pada tingkat ketertarikan seseorang pada kegiatan wirausaha dan melakukan suatu perilaku yang mendukung ketertarikan tersebut (Nirmala & Wijayanto, 2021). Misalnya adalah merencanakan, mempersiapkan serta mengaplikasikan suatu usaha yang diminati. Semakin tinggi dorongan minat dalam diri seseorang terhadap suatu ketertarikannya, maka semakin kuat pula kemungkinan ketertarikan terhadap sesuatu tersebut akan dilakukan.

Sebagaimana pengertian yang dikemukakan oleh Afria & Suharsono (2023), yang menyebutkan bahwa minat berwirausaha merupakan sebuah perasaan yang dirasakan seseorang tentang keinginan untuk melakukan kegiatan wirausaha dan memanfaatkan peluang serta mau untuk bekerja keras dalam melakukan usahanya. Beberapa penjelasan tersebut dirangkum dalam Ajzen (1991), pada *Theory Planned Behavior Control* (TPB) yang menyebutkan bahwa minat dapat dianggap sebagai kesiapan yang terbentuk dari diri seseorang untuk memulai suatu perilaku. *Theory Planned Behavior Control* (TPB) memprediksi bahwa niat adalah kunci pemengaruh tindakan selanjutnya (Kurniawan & Dewi, 2021).

Berdasarkan penjelasan diatas, maka dapat dijelaskan bahwa minat berwirausaha adalah perasaan suka atau senang terhadap bidang wirausaha. Perasaan tersebut akan mendorong seseorang untuk mencari informasi atas ketertarikannya dan mencoba untuk merencanakan untuk dapat terwujud. Ketertarikan tersebut akan membawa kepada sebuah realisasi terhadap rencana yang ingin dicapai jika dibersamai dengan usaha yang keras dan kemauan untuk mempelajari lebih dalam tentang minatnya dalam hal ini adalah minat berwirausaha.

#### **a. Manfaat Minat Berwirausaha**

Menurut beberapa ahli yang menyebutkan bahwa ketika di dalam diri seseorang telah timbul daya minatnya untuk berwirausaha maka seseorang akan merasakan manfaatnya, antara lain :

- 1) Membantu meningkatkan daya ekonomi

- 2) Memotivasi seseorang untuk mendaya gunakan peluang yang tersedia
- 3) Membantu mengembangkan dan meningkatkan keterampilan
- 4) Membuka lapangan kerja baru
- 5) Meningkatkan kesejahteraan sosial

#### **b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha**

Terdapat beberapa faktor yang bisa menjadi alasan mengapa seseorang mempunyai minat dalam berwirausaha. Faktor-faktor tersebut dipaparkan oleh Violin V (2022), sebagai berikut :

##### 1) Faktor karakteristik Individu

Karakteristik individu ini dapat diartikan sebagai ciri khusus yang dipunyai masing-masing orang yang mana ciri-ciri tersebut dapat menjadi pembeda dari orang lain. Setiap karakter yang dipunyai memiliki peran untuk menciptakan minat dalam diri. Karakter juga dapat diubah dan diperbaiki sesuai dengan karakter wirausahawan pada umumnya yakni memiliki kemauan besar untuk maju. Karakter individu meliputi: umur, lamanya waktu bekerja, tingkat pendidikan, dan lainnya.

##### 2) Faktor Lingkungan

Faktor lingkungan adalah faktor internal yang membentuk sebuah minat dalam berwirausaha. Faktor tersebut dapat berpengaruh dalam proses minat seperti dalam mengambil sebuah keputusan. Faktor internal tersebut dapat dicontohkan misalnya dari lingkungan

keluarga, lingkungan pertemanan, lingkungan bekerja dan sebagainya.

### 3) Faktor kepemilikan modal

Faktor lingkungan adalah faktor internal yang membentuk sebuah minat dalam berwirausaha. Faktor tersebut dapat berpengaruh dalam proses minat seperti dalam mengambil sebuah keputusan. Faktor internal tersebut dapat dicontohkan misalnya dari lingkungan keluarga, lingkungan pertemanan, lingkungan bekerja dan sebagainya.

## **c. Indikator Minat Berwirausaha**

Indikator yang digunakan untuk menelisik variabel minat berwirausaha di adaptasi dari (Linan & Chen, 2009; Youssef *et al.*, 2021):

### 1) Tekad

Tekad diartikan sebagai kegigihan dalam mencapai perasaan minat pada diri seseorang. Ketika seseorang mempunyai tekad yang kuat, maka minat tersebut dapat diusahakan untuk dapat tercapai.

### 2) Memikirkan untuk memulai membuka usaha

Dimana seseorang mempunyai rencana atau gambaran untuk mendirikan sebuah usaha di masa yang akan datang.

### 3) Berusaha

Diartikan sebagai tingkat usaha yang dilakukan seseorang untuk

menggali informasi atau usaha untuk mendirikan bisnisnya. Usaha yang keras akan membuahkan hasil yang maksimal pula.

Berdasarkan pendapat Kamil (2018), ada beberapa indikator minat berwirausaha yakni :

- 1) Kognisi, pengetahuan kewirausahaan yang berasal dari lingkungan keluarga
- 2) Emosi, contohnya seperti perasaan suka, tertarik, peduli terhadap minat berwirausaha
- 3) Konasi, meliputi keinginan, berusaha, mandiri dan yakin terhadap minat berwirausaha

Pendapat dari Aputra *et al.*, (2022), mengutarakan indikator minat berwirausaha sebagai berikut:

- 1) Perasaan tertarik menjadi wirausaha, menunjukkan aspek afektif dari minat, yaitu ketertarikan emosional seseorang terhadap kegiatan kewirausahaan. Ketertarikan ini merupakan langkah awal yang menandakan bahwa individu mulai memiliki kecenderungan untuk mempertimbangkan menjadi seorang wirausaha.
- 2) Perasaan senang menjadi wirausaha, bagian dari respon emosional positif terhadap ide menjadi wirausaha. Ketika seseorang merasa senang atau antusias membayangkan dirinya sebagai wirausaha, hal ini menandakan adanya minat yang lebih mendalam, bukan sekadar tertarik tapi juga menikmati gagasan tersebut.

- 3) Keinginan menjadi wirausaha, Keinginan merupakan bentuk konkret dari minat yang mulai mengarah pada rencana atau keputusan.
- 4) Perhatian terhadap kegiatan wirausaha, menunjukkan keterlibatan kognitif, yaitu sejauh mana individu memperhatikan atau aktif mencari informasi tentang kewirausahaan.
- 5) Keterlibatan dalam kegiatan wirausaha, yaitu sejauh mana individu memperhatikan atau aktif mencari.

### 3. *Perceived Creativity*

*Perceived Creativity* merupakan persepsi diri terhadap kemampuan dalam daya kreativitas yang dimiliki dan tingkat kepercayaan seseorang untuk melakukan sesuatu dalam hal ini adalah tingkat minat berwirausaha (Abdelfattah *et al.*, 2022). Sedangkan menurut Nasiru *et al.*, (2015), *Perceived Creativity* dipaparkan sebagai kemampuan seseorang berpikir kreatif atau beranggapan bahwa seseorang tersebut memiliki kemampuan kreativitas. Dalam penelitian serupa, mengatakan bahwa minat yang kemudian menjadi niat seseorang tergantung pada bagaimana mereka memandang dirinya sendiri.

Penelitian lain dari Laguia *et al.*, (2019) menggambarkan bahwa *Perceived Creativity* merupakan salah satu sikap positif dalam mendukung seseorang dalam berwirausaha, karena sikap ini digambarkan sebagai harapan seseorang bahwa wirausaha dapat memberi wadah dalam tingkat kreativitas yang dimiliki. Dengan demikian *Perceived Creativity* adalah kunci seseorang dalam menjalankan wirausaha (Halbusi *et al.*, 2022).

Semakin kreatif seseorang maka semakin tinggi pula minatnya terhadap kegiatan berwirausaha.

Berdasarkan beberapa penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa *Perceived Creativity* akan relevan dalam proses mempertimbangkan karir dalam berwirausaha. Jika dalam diri seseorang memiliki *Perceived Creativity* yang baik maka dalam menjalankan proses berwirausaha orang tersebut akan menilai wirausaha sebagai pilihan karir yang menarik. Sebaliknya jika seseorang beranggapan dirinya tidak kreatif, maka akan mengecualikan karir berwirausaha.

#### **a. Faktor-Faktor Yang Mendukung *Perceived Creativity***

Terdapat beberapa faktor yang mendukung terciptanya *perceived creativity* atau persepsi diri terhadap kreativitas, beberapa diantaranya adalah :

- 1) Kreativitas pada diri sendiri, Dijelaskan sebagai kemampuan untuk menghasilkan ide baru dan unik, yang mana akan mendorong seseorang untuk mempunyai persepsi bahwa seseorang tersebut memang kreatif dan mampu menjalankan kegiatan wirausaha.
- 2) Efikasi diri adalah keyakinan yang terletak pada diri seseorang.
- 3) Motivasi merupakan faktor internal yang diartikan sebagai kemauan untuk mencapai sesuatu
- 4) Dukungan sosial, lingkungan yang mendukung merupakan faktor terpenting untuk memvalidasi bahwa seseorang mampu menjadi seseorang yang kreatif.

- 5) Pengetahuan kewirausahaan, mencari dukungan keilmuan seperti memahami tentang kewirausahaan dan perencanaan bisnis membantu menumbuhkan kepercayaan diri dalam diri seseorang untuk memulai merealisasikan rencana wirausahanya.

**b. Indikator *Perceived Creativity***

Terdapat beberapa indikator dalam *Perceived creativity* menurut (DiLiello & Houghton, 2008; Abdelfattah *et al.*, 2022)

- 1) Kemampuan menghasilkan ide baru: Sejauh mana individu merasa mampu menciptakan ide-ide yang orisinal dan inovatif.
- 2) Kepercayaan Diri: Keyakinan individu terhadap kemampuan mereka untuk menyelesaikan masalah dengan pendekatan yang tidak konvensional atau kreatif.
- 3) Bakat mengembangkan referensi ide: Kemampuan individu untuk mengambil ide yang sudah ada dan mengembangkannya menjadi sesuatu yang lebih baik atau berbeda.
- 4) Keterampilan: Keahlian individu dalam mengidentifikasi dan menerapkan solusi-solusi kreatif untuk berbagai tantangan.

Boada *et al.*, (2014) menyebutkan indikator dari *perceived creativity* terdiri dari:

- 1) Kemampuan menghasilkan ide baru, Indikator ini mengukur sejauh mana seseorang merasa mampu untuk menciptakan ide yang orisinal, unik, dan inovatif. Ini mencerminkan keyakinan diri dalam proses pembangkitan ide-ide yang belum terpikirkan sebelumnya.

- 2) Keyakinan dalam penyelesaian masalah kreatif, mencakup tingkat kepercayaan diri individu dalam menggunakan cara-cara yang tidak biasa untuk mengatasi tantangan dan masalah.
- 3) Kemampuan mengembangkan ide, menilai sejauh apa persepsi individu tentang kemampuan yang dimiliki untuk mengambil ide-ide awal, baik itu ide sendiri maupun ide orang lain, lalu memperluas, menyempurnakan, atau mengubahnya menjadi sesuatu yang lebih menarik.
- 4) Kenyamanan berinovasi dan bereksperimen, mengacu tingkat seberapa nyaman atau berani individu dalam mencoba hal-hal baru, mengambil risiko dalam pendekatan, dan melakukan eksperimen tanpa takut gagal.

Berdasarkan Anjum *et al.*, (2021) indikator *perceived creativity* terdiri dari:

- 1) Kemampuan menghasilkan ide-ide baru, menunjukkan bahwa individu merasa mampu menciptakan gagasan orisinal.
- 2) Berpikir di luar kebiasaan, menggambarkan kemampuan berpikir berbeda atau unik.
- 3) Percaya diri dalam mengeksplorasi ide, semakin percaya diri seseorang dalam mengeksplorasi ide maka semakin besar kemungkinan mereka untuk mengambil Langkah kreatif berwirausaha.

- 4) Minat pada aktivitas kreatif, menunjukkan ketertarikan personal terhadap aktivitas yang menstimulasi kreativitas.
- 5) Menggabungkan informasi menjadi solusi baru, kemampuan untuk menghubungkan informasi dari berbagai sumber untuk menghasilkan solusi inovatif.
- 6) Melihat peluang dari tantangan, menunjukkan kemampuan melihat sisi positif dari masalah dan mengubahnya menjadi peluang.
- 7) Menciptakan pendekatan baru, menggambarkan kemampuan untuk menyusun cara kerja atau strategi yang berbeda dari biasanya.
- 8) Motivasi untuk berinovasi, merupakan dorongan internal untuk terus melakukan perubahan dan perbaikan.

#### **4. Media Sosial**

Penjelasan menurut Mallios *et al.*, (2023), media sosial adalah alat komunikasi yang mempunyai pengaruh sebagai sarana penyebaran informasi, pengetahuan serta pengalaman. Mulanya media sosial digunakan sebagai sarana hiburan, namun seiring berjalannya waktu serta perkembangan zaman maka media sosial juga dimanfaatkan untuk menjalin komunikasi, penyebaran informasi dan bahkan wadah berwirausaha. Media sosial adalah faktor pendukung pada kegiatan berwirausaha di era digital ini serta menjadi terobosan baru dalam sarana mencari konsumen secara luas (Aputra *et al.*, 2022).

Menurut pemaparan dari Susilawaty (2022), media sosial adalah wadah untuk setiap individu untuk saling berbagi ide ataupun pemikiran

tanpa adanya batasan. Afria & Suharsono (2023) menyebutkan bahwa media sosial sangat mempunyai peran untuk menjalin hubungan yang baik antara individu satu dengan yang lainnya. Hu *et al.*, (2024) juga mengungkapkan bahwa media sosial dapat berperan untuk meningkatkan konektivitas dan memperluas jaringan.

Berdasarkan hal di atas, dapat diketahui bahwa media saat ini berperan sebagai alat komunikasi yang mudah karena dapat menjangkau secara luas. Dalam media sosial informasi yang dapat ditelusuri bukan berupa teks saja namun dapat berupa gambar, suara, gambar maupun video. Selain itu, media sosial juga kini menjadi alat yang bermanfaat selain media hiburan media sosial juga dapat dijadikan sebagai wadah edukasi, pencarian informasi serta wadah pengembangan usaha.

#### **a. Manfaat Media Sosial Dalam Berwirausaha**

Secara umum media sosial telah banyak digunakan oleh semua kalangan. Berikut adalah manfaat yang diperoleh dalam penggunaan media sosial dalam berwirausaha menurut (Saefuloh, 2020) :

- 1) Memberikan harapan kinerja yang maksimal, Media sosial memungkinkan pelaku usaha untuk memantau dan mengevaluasi kinerja pemasaran secara real-time
- 2) Biaya terjangkau dalam penggunaan, Pelaku usaha dapat mempromosikan produk hanya dengan koneksi internet tanpa harus mengeluarkan banyak dana untuk iklan, sehingga cocok untuk usaha kecil dan pemula.

- 3) Meningkatkan branding usaha, media sosial memudahkan usaha untuk membangun identitas merek secara konsisten, baik melalui visual, pesan, maupun interaksi dengan audiens.
- 4) Wadah untuk pemasaran yang mudah dan murah, dengan berbagai fitur yang disuguhkan media sosial seperti story, reels, live, dan marketplace menjadi sarana promosi yang praktis dan hemat biaya
- 5) Mempermudah akses pasar secara luas, media sosial dapat menjangkau audiens secara global untuk mempermudah akses pemasaran.

#### **b. Karakter Media Sosial**

Media sosial yang telah banyak diakses tentunya mempunyai ciri-ciri atau karakteristik tersendiri. Berikut merupakan karakteristik media sosial menurut (Purbohastuti, 2017) :

- 1) Keterhubungan, diartikan bahwa media sosial bertumbuh pesat karena ada kemampuan untuk menjadi wadah penghubung bagi pengguna secara luas melalui fasilitas yang tersedia.
- 2) Perbincangan, media sosial memungkinkan bagi setiap individu berhubungan dengan dua arah.
- 3) Keterbukaan, dari banyaknya media sosial yang ada juga menyediakan umpan balik serta kontribusi melalui fasilitas seperti vote dan komentar.
- 4) Partisipasi, media sosial menciptakan sebuah *feedback* dari masing-masing individu yang telah menggunakannya.

### c. Indikator Media Sosial

Mallios *et al.*, (2023), memaparkan indikator yang digunakan pada variabel media sosial, diantaranya adalah :

- 1) *Perceived usefulness* (Kegunaan yang dirasakan), mengacu pada sejauh mana diri seseorang yakin bahwa media sosial mampu menjadi wadah untuk mencapai tujuan berwirausaha.
- 2) *Perceived ease of use* (Kemudahan penggunaan), mencakup sejauh mana penggunaan media sosial dapat dijadikan sebagai alat yang mudah untuk digunakan.
- 3) *Social influence/Norms* (Pengaruh social/norma social), mengacu pada sejauh mana persepsi seseorang dipengaruhi oleh keyakinan bahwa orang lain (misalnya, teman, keluarga, kolega, atau figur publik) menggunakan media sosial untuk berwirausaha, atau bahwa berwirausaha melalui media sosial adalah hal yang lazim dan diterima secara sosial
- 4) *Context credibility/Trust* (Kredibilitas dan kepercayaan kontekstual), berkaitan dengan sejauh mana seseorang memercayai informasi dan lingkungan di media sosial dalam konteks berwirausaha.

Pendapat menurut Afiyati *et al.*, (2022), indikator media sosial terdiri dari :

- 1) Kemudahan, tertuju pada seberapa tingkat kemudahan berinteraksi dan penggunaan media sosial.
- 2) Kepercayaan, merujuk pada tingkat kepercayaan terhadap informasi

- 3) Kualitas informasi, dimaksudkan pada tingkat ke akuratan dan pemahaman terhadap informasi yang disuguhkan.

Berdasarkan penelitian dari Khofifah & Amri (2021), mengutarakan indikator media sosial terdiri dari:

- 1) Komunikasi, kemampuan media sosial dalam memfasilitasi interaksi dua arah antar pengguna.
- 2) Berbagi atau sharing, media sosial memfasilitasi aktivitas pembagian konten seperti video, teks, tautan guna mencari informasi.
- 3) Saling terhubung, menunjukkan sejauh mana pengguna menjalin koneksi dengan sesama pengguna.

##### **5. *Perceived Behavior Control***

Menurut Cynthia *et al.*, (2020), *perceived behavior control* didefinisikan sebagai perilaku yang berkaitan dengan bagaimana persepsi seseorang terhadap kemampuan yang dimiliki dan persepsi bahwa perilaku tersebut berada dibawah kendali mereka. *Perceived behavior control* juga dapat dipengaruhi dari beberapa faktor seperti kemudahan akses terhadap sumber daya, akses terhadap keterampilan , dan peluang yang mendukung perilaku tersebut (Vamvaka *et al.*, 2020). Dalam penelitian lain Simanihuruk *et al.*, (2021), menggambarkan bahwasannya *perceived behavior control* ditentukan oleh kepercayaan seseorang untuk mengendalikan faktor-faktor yang terhambat dan mendorong munculnya perilaku.

Beberapa penelitian yang mengaitkan *perceived behavior control* dengan minat berwirausaha menjelaskan mengenai definisi *perceived behavior control*. Menurut Sabella *et al.*, (2022), *perceived behavior control* adalah cara pandang seseorang untuk menilai kekuatan terhadap faktor-faktor yang sulit atau mudah pada suatu perilaku. Sedangkan Ajzen (1991), mengutarakan bahwa *perceived behavior control* mengacu pada kemudahan dan kesulitan kemampuan seseorang dalam melakukan perilaku yang diinginkan.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa *perceived behavior control* berkaitan dengan persepsi terhadap diri sendiri dalam melakukan perilaku yang diasumsikan atas pengaruh pengalaman masa lalu dan hambatan yang ingin dihindari. Dengan kata lain jika seseorang mempunyai kendali atau kontrol terhadap faktor situasional, maka orang tersebut akan terdorong untuk lebih niat melakukan perilaku tersebut. Berbanding terbalik jika seseorang tidak mempunyai kendali atas keadaan tertentu, maka seseorang mungkin akan cenderung ragu-ragu atau kurang niat untuk melakukan suatu perilaku.

#### **a. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Perceived Behavior Control***

##### 1) *Control Beliefs*

*Perceived behavior control* terbentuk dari kepercayaan seseorang tentang adanya faktor-faktor yang dialami di masa lalu yang dapat menghambat atau mendukung seseorang dalam melakukan sesuatu.

## 2) *Perceived Power*

Persepsi seseorang dalam membayangkan faktor pendukung atau penghambat. Contohnya, seberapa mudah atau sulit dampak faktor yang akan dijalankan

## 3) Pengalaman Masa Lalu

Pengalaman yang dirasakan di masa lampau dapat mempengaruhi tingkat *Perceived Behavior Control*. Misalnya pengalaman yang berhasil akan meningkatkan *Perceived Behavior Control*, sebaliknya jika pengalaman gagal maka dapat mengurangi *Perceived Behavior Control* yang dirasakan.

## 4) Informasi dan pengetahuan

Informasi yang valid serta pengetahuan yang cukup akan membantu mendukung *Perceived Behavior Control* pada seseorang.

## 5) Latar Belakang

Terdiri dari faktor umur, jenis kelamin, pendidikan, dan status sosial.

### b. **Indikator *Perceived Behavior Control***

Indikator yang digunakan untuk variabel *Perceived Behavior Control* di adaptasi dari (Ajzen, 2002):

#### 1) *Perceived self efficacy*

Keyakinan seseorang atas kemampuan untuk melakukan sesuatu.

#### 2) *Perceived controllability*

Tingkatan sejauh mana individu merasa bisa mengontrol tindakan perilaku.

Pendapat lain menurut Nurul Fitria *et al.*, (2022), indikator *perceived behavior control* terdiri dari :

- a) Kepercayaan diri akan kemampuan memulai serta mengelola usaha, mengukur seberapa tingkat keyakinan seseorang terhadap kemampuan yang dimiliki untuk melakukan suatu hal.
- b) Memiliki jiwa kepemimpinan dalam berwirausaha, merujuk pada persepsi seseorang atas kemampuan mereka dalam memimpin. Karena jika dikaitkan dengan wirausaha, maka jiwa kepemimpinan sangat krusial karena seorang wirausahawan tidak hanya mengelola bisnis, tetapi juga harus memimpin tim, membuat keputusan strategis, dan beradaptasi dengan perubahan.
- c) Keyakinan sukses dalam berwirausaha, keyakinan diri seorang individu bahwa mereka mampu melaksanakan tindakan yang diperlukan untuk mencapai hasil yang diinginkan, yaitu keberhasilan dalam berwirausaha.

Berdasarkan Kurjono & Setiawan (2020), mengungkapkan indikator *perceived behavior control* sebagai berikut:

- a) Perencanaan, mencerminkan kemampuan individu dalam menyusun strategi dan langkah-langkah konkret untuk memulai dan menjalankan usaha.
- b) Menyelesaikan tugas, mengacu pada persepsi individu terhadap kemampuan dirinya menyelesaikan berbagai tugas atau tantangan yang muncul dalam proses berwirausaha.

- c) Tujuan berwirausaha, menunjukkan sejauh mana seseorang merasa mampu untuk mencapai tujuan-tujuan spesifik dalam kegiatan wirausaha.
- d) Kemampuan bertahan dalam berwirausaha, mencerminkan ketahanan mental dan daya juang individu dalam menghadapi tekanan, risiko, dan kegagalan dalam berwirausaha.
- e) Kekuatan pengalaman, pengalaman sebelumnya memperkuat persepsi kontrol seseorang karena mereka sudah memiliki gambaran nyata tentang apa yang dihadapi dalam dunia wirausaha.
- f) Keahlian yang diandalkan, merujuk pada skill atau kemampuan khusus yang dimiliki dan dapat dijadikan andalan dalam menjalankan usaha.

## B. Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu yang berhubungan dengan penelitian analisis minat berwirausaha dilihat dari *perceived creativity*, media sosial, dan *perceived behavior control* adalah sebagai berikut

**Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu**

No	Nama. Tahun. Judul, Penerbit	Rumusan Masalah	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Nasiru, A., Ooi, Y. K., & Bhatti, M. A. (2015). <i>Influence of perceived university</i>	1. Semangat wirausaha untuk pendirian ber-pengaruh	1. Semangat wirausaha untuk pendirian 2. Gairah wirausaha	1. Kuantitatif 2. SmartPLS 2.0	Semangat wirausaha untuk pendirian, Gairah wirausaha

No	Nama. Tahun. Judul, Penerbit	Rumusan Masalah	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
	<i>support, perceived effective entrepreneurship education, perceived creativity dispositionentrepreneurial passion for inventing and founding on entr-epreneurial intention. Mediterranean Journal of Social Sciences, 6(3), 88-95.</i>	positif terhadap minat berwirausaha 2. Gairah wirausaha untuk menciptakan berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha 3. <i>Perceived creativity</i> berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha 4. Pendidikan kewirausahaan yang efektif berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha 5. Persepsi dukungan universitas berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha	untuk menciptakan 3. <i>Perceived creativity</i> 4. Pendidikan kewirausahaan yang efektif 5. Persepsi dukungan universitas 6. Minat berwirausaha		untuk menciptakan <i>Perceived creativity</i> , Pendidikan kewirausahaan yang efektif, Persepsi dukungan universitas memiliki hubungan positif terhadap Minat berwirausaha
2	Laguía, A., Moriano, J. A., & Gorgievski, M. J. (2019). <i>A psychosocial study of self-perceived creativity and entrepreneurial</i>	1. <i>Perceived creativity</i> berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha 2. Dukungan keluarga	1. <i>Perceived creativity</i> 2. Dukungan keluarga 3. Dukungan universitas	1. Kuantitatif	1. <i>Perceived creativity</i> berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha

No	Nama. Tahun. Judul, Penerbit	Rumusan Masalah	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
	<i>intentions in a sample of university students. Thinking skills and creativity, 31, 44-57.</i>	ber-pengaruh positif terhadap minat berwirausaha melalui peningkatan persepsi kreativitas	4. Sikap 5. Norma 6. Efikasi diri 7. Minat berwirausaha		2. Dukungan keluarga berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha melalui peningkatan persepsi kreatif
		3. Dukungan universitas positif terhadap minat berwirausaha melalui peningkatan persepsi kreativitas			3. Dukungan universitas positif terhadap minat berwirausaha melalui peningkatan persepsi kreativitas
		4. Adanya hubungan positif antara <i>perceived creativity</i> dan niat berwirausaha akan dimediasi oleh sikap yang lebih positif terhadap kewirausahaan			4. Adanya hubungan positif antara <i>Perceived creativity</i> dan niat berwirausaha akan dimediasi oleh sikap yang lebih positif terhadap kewirausahaan
		5. Adanya hubungan positif antara <i>Perceived creativity</i> dan niat berwirausaha akan dimediasi oleh norma subjektif.			5. Adanya hubungan positif antara <i>Perceived creativity</i> dan niat berwirausaha akan dimediasi oleh norma subjektif.

No	Nama. Tahun. Judul, Penerbit	Rumusan Masalah	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
		6. Adanya hubungan positif antara <i>Perceived creativity</i> dan minat ber-wirausaha oleh efikasi diri			6. Adanya hubungan positif antara <i>Perceived creativity</i> dan minat ber-wirausaha oleh efikasi diri
3	Saboor, M. J., Yousaf, I., & Paracha, A. (2020). <i>Entrepreneurial passion and intention: Creativity and perceived behavioral control as mediators. Journal of Managerial Sciences</i> , 14(2), 10-19.	1. Semangat ber-pengaruh positif terhadap minat wirausaha 2. persepsi kontrol perilaku berpengaruh positif terhadap minat wirausaha 3. <i>perceived creativity</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap minat wirausaha	1. Semangat ber-wirausaha 2. Persepsi kontrol perilaku 3. <i>Perceived Creativity</i> 4. Minat berwirausaha	1. kuantitatif 2. PLS 3.3 3. Non probability sampling	1. Semangat berwirausaha berpengaruh positif terhadap minat wirausaha melalui persepsi kontrol perilaku dan juga hubungan mediasi 2. <i>Perceived Creativity</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap minat wirausaha
4	Anjum, T., Heidler, P., Amoozegar, A., & Anees, R. T. (2021). <i>The impact of entrepreneurial passion on the entrepreneurial intention; moderating impact of perception of</i>	1. <i>Perceived creativity</i> dan sikap kewirausahaan berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha 2. Persepsi dukungan	1. <i>Perceived creativity</i> 2. Sikap kewirausahaan 3. Persepsi dukungan universitas 4. Minat berwirausaha	1. Kuantitatif 2. Smart PLS 3.2.7 3. Survei	1. <i>Perceived creativity</i> dan sikap berwirausaha berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha 2. Persepsi dukungan universitas mampu

No	Nama. Tahun. Judul, Penerbit	Rumusan Masalah	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
	<i>university support. Administrative Sciences, 11(2), 45.</i>	universitas memoderasi antara <i>Perceived creativity</i> dan minat berwirausaha			memoderasi <i>Perceived creativity</i> dan minat berwirausaha
5	Abdel Fattah, F. A. M., Al Halbusi, H., & Al-Brwani, R. M. (2022). <i>Influence of Self-Perceived Creativity and Social Media Use in Predicting E-Entrepreneurial Intention. International Journal of Innovation Studies, 6(3), 199-127.</i> <a href="https://doi.org/10.1016/j.ijis.2022.04.003">https://doi.org/10.1016/j.ijis.2022.04.003</a>	<ol style="list-style-type: none"> <li><i>Perceived creativity</i> berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha</li> <li>Media sosial berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha</li> <li>Media sosial mampu memoderasi antara kreativitas dan minat berwirausaha</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li><i>Perceived Creativity</i></li> <li>Media sosial</li> <li>Minat berwirausaha</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Kuantitatif</li> <li>Random sampling</li> <li>SmartPLS</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li><i>Perceived Creativity</i> berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha</li> <li>Media sosial berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha</li> <li>Media sosial mampu memoderasi antara kreativitas dan minat berwirausaha</li> </ol>
6	Al Halbusi, H., Soto-Acosta, P., & Popa, S. (2024). <i>Entrepreneurial passion, role models and self-perceived creativity as antecedents of e-entrepreneurial intention in an emerging Asian</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li><i>Entrepreneurial passion</i> berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha</li> <li><i>Role model</i> berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li><i>Entrepreneurial passion</i></li> <li><i>Role model</i></li> <li><i>Perceived creativity</i></li> <li>Media sosial</li> <li>Minat berwirausaha</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Kuantitatif</li> <li>PLS dan SEM</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li><i>Entrepreneurial passion</i> berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha</li> <li><i>Role model</i> berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha</li> </ol>

No	Nama. Tahun. Judul, Penerbit	Rumusan Masalah	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
	<i>economy: The moderating effect of social media. Asia Pacific Journal of Management, 41</i> (3), 1253-1284.	3. <i>Perceived creativity</i> berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha 4. Penggunaan media sosial mampu memoderasi semua variabel			3. <i>Perceived creativity</i> berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha 4. Penggunaan media sosial mampu memoderasi semua variabel
7	Purbohastuti, A. W. (2017). Efektivitas media sosial sebagai media promosi. <i>Tirtayasa Ekonomika, 12</i> (2), 212-231.	1. Meng-analisis efektivitas penggunaan media sosial	1. Media sosial 2. Media promosi	1. Kualitatif	Media sosial memiliki pengaruh terhadap media promosi
8	Kumara, B. (2020). Analisis faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha dengan menggunakan media sosial. <i>Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia, 6</i> (1), 52-56.	1. Media sosial berpengaruh positif signifikan terhadap minat berwirausaha 2. Lingkungan keluarga berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha 3. Kepribadian berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha	1. Media sosial 2. Lingkungan keluarga 3. Kepribadian 4. Minat berwirausaha	1. Kuantitatif 2. SPSS	1. Media sosial positif signifikan terhadap minat berwirausaha 2. Lingkungan keluarga berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha 3. Kepribadian berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha
9	Saeifuloh, D. (2020). Rekognisi terhadap peluang bisnis online melalui media	1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan dari	1. Rekognisi peluang bisnis online	1. Kuantitatif 2. <i>convenienc</i> sampling	Terdapat pengaruh yang cukup signifikan dan positif dari faktor rekognisi

No	Nama. Tahun. Judul, Penerbit	Rumusan Masalah	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
	sosial dan hubungan-nya dengan minat berwirausaha: studi kasus mahasiswa Politeknik Negeri Bandung. <i>Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan</i> , 6(1), 12-23.	rekognisi peluang bisnis online atas manfaat media sosial terhadap minat berwirausaha 2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan dari rekognisi peluang bisnis online atas kepercayaan media sosial terhadap minat berwirausaha 3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan dari rekognisi peluang bisnis atas kerahasiaan dan kemudahan media sosial terhadap minat berwirausaha	atas manfaat media sosial 2. rekognisi peluang bisnis online atas kepercayaan media sosial 3. rekognisi peluang bisnis online atas kerahasiaan media sosial 4. Minat berwirausaha		mahasiswa atas peluang bisnis online melalui media sosial terhadap minat berwirausaha
10	Indraswati, D., Hidayati, V. R., Wulandari, N. P., & Maulyda, M. A. (2021). Pengaruh penggunaan media sosial dan lingkungan	1. Media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha	1. Media sosial 2. Lingkungan keluarga 3. Minat berwirausaha	1. Kuantitatif 2. SPSS 3. <i>Simple random sampling</i>	1. Media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha 2. Lingkungan keluarga

No	Nama. Tahun. Judul, Penerbit	Rumusan Masalah	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
	keluarga terhadap minat berwirausaha mahasiswa PGSI Universitas Mataram. <i>Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Ke-wirausahaan</i> , 9 (1), 17-34.	2. Lingkungan keluarga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat ber-wirausaha			berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat ber-wirausaha
11	Vesci, M., Crudele, C., Feola, R., & Parente, R. (2022). <i>Exploring the impact of Social Media on Entre-preneurial Intention: a survey on High-School Students. SINERGIE</i> , 0, 175-198.	1. Media sosial berpengaruh positif terhadap minat ber-wirausaha 2. Sikap, kontrol perilaku dan norma sosial memediasi minat ber-wirausaha	1. Media sosial 2. Sikap 3. Kontrol perilaku 4. Norma sosial 5. Minat berwirausaha	1. Kuantitatif 2. SPSS	1. Media sosial berpengaruh positif terhadap minat ber-wirausaha 2. Sikap, kontrol perilaku dan norma sosial memediasi minat ber-wirausaha
12	Afiyati, L. S., & Santoso, J. T. B. (2022). Self Efficacy Memediasi Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, <i>Teaching Factory dan Penggunaan Media Sosial terhadap Minat Ber-wirausaha. Business and Accounting Education Journal</i> , 3(3), 347-363.	1. pengetahuan kewirausahaan, <i>teaching factory</i> , penggunaan media sosial, dan self efficacy berpengaruh terhadap minat ber-wirausaha 2. pengetahuan kewirausahaan, <i>teaching factory</i> , dan penggunaan media sosial berpengaruh	1. Self efficacy 2. Pengetahuan kewirausahaan 3. Teaching factory 4. Media sosial 5. Minat berwirausaha	1. Kuantitatif 2. Sampel jenuh	1. pengetahuan kewirausahaan, <i>teaching factory</i> , penggunaan media sosial, dan self efficacy tidak berpengaruh terhadap minat ber-wirausaha 2. pengetahuan kewirausahaan, <i>teaching</i>

No	Nama. Tahun. Judul, Penerbit	Rumusan Masalah	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
		terhadap self efficacy 3. self efficacy tidak dapat memediasi pengaruh pengetahuan kewirausahaan, teacing factory, penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha			factory, dan penggunaan media sosial berpengaruh terhadap self efficacy 3. self efficacy tidak dapat memediasi pengaruh pengetahuan kewirausahaan, teacing factory, penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha
13	Aputra, A., Sukmawati, S., & Aziz, N. (2022). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Lingkungan Pergaulan, dan Media Sosial, Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa UKM Kewirausahaan Universitas Muslim	1. Pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap mahasiswa ukm kewirausahaan Universitas Muslim Indonesia 2. Lingkungan pergaulan berpengaruh positif dan	1. Pengetahuan kewirausahaan 2. Lingkungan pergaulan 3. Media sosial 4. Minat berwirausaha	1. Kuantitatif 2. Non probability 3. sampling	Pengetahuan kewirausahaan, lingkungan pergaulan dan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha

No	Nama. Tahun. Judul, Penerbit	Rumusan Masalah	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
	Indonesia. <i>Tata Kelola</i> , 9(1), 106-125.	signifikan terhadap mahasiswa ukm kewirausahaan Universitas Muslim Indonesia 3. Media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap mahasiswa ukm kewirausahaan Universitas Muslim Indonesia			
14	Rahayu, E. P., & Sulistyowati, S. N. (2022). Pengaruh Media Sosial dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha. <i>Jurnal Pendidikan, Ekonomi, Dan Bisnis</i> , 7(1), 12-23.	1. Media sosial berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha 2. Pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha	1. Media sosial 2. Pengetahuan kewirausahaan 3. Minat berwirausaha	1. Kuantitatif 2. Proporsional random sampling	Media sosial dan pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha
15	Widiati, F. P., & Warganegara, T. L. P. (2022). Pengaruh Media Sosial, Motivasi, Dan Bisnis Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. <i>Siba Journal: Jurnal Ilmiah Bidang</i>	1. Media sosial berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha 2. Motivasi berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha	1. Media sosial 2. Motivasi 3. Bisnis kewirausahaan 4. Minat Berwirausaha	1. Kuantitatif 2. Purposive random sampling 3. SPSS 25	Media sosial, Motivasi, Bisnis kewirausahaan berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha

No	Nama. Tahun. Judul, Penerbit	Rumusan Masalah	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
	<i>Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, dan Pendidikan, 1(10), 2003-2012.</i>	3. Bisnis kewirausahaan berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha			
16	Mahdiyyah, K. F & Subroto, W. T. (2022) Pengaruh Pemanfaatan Sosial Media dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi. <i>Sinomika Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi dan Akuntansi, 1(2), 175-188.</i>	1. Pemanfaatan Sosial Media dapat memengaruhi secara positif Minat Berwirausaha 2. Motivasi dapat memengaruhi secara positif Minat Berwirausaha	1. Media sosial 2. Motivasi 3. Minat berwirausaha	1. Kuantitatif 2. Random sampling 3. SPSS	1. Pemanfaatan Sosial Media dan Motivasi dapat berpengaruh positif terhadap Minat Berwirausaha
17	Susilawaty E. A (2022). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Dan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. <i>Journal of Business Administration, 2(1), 1-15.</i>	1. Pendidikan kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha 2. Media sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha	1. Pendidikan kewirausahaan 2. Media sosial 3. Minat berwirausaha	1. Kuantitatif 2. Simple random sampling	1. Pendidikan kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha 2. Media sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha
18	Afria, J., & Suharsono, N. (2023). Penggunaan Media Sosial	1. Media sosial berpengaruh positif terhadap	1. Media sosial 2. Kreativitas 3. Minat berwirausaha	1. Kuantitatif 2. SPSS Versi 25 3. Purposive sampling	1. Media sosial berpengaruh positif signifikan terhadap

No	Nama. Tahun. Judul, Penerbit	Rumusan Masalah	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
	Pada Minat Berwirausaha Melalui Kreativitas Anak Muda Kota Amuntai. <i>Manajemen dan Kewirausahaan</i> , 4(1), 1-16.	minat berwirausaha 2. Media sosial berpengaruh positif terhadap kreatif 3. Kreativitas berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha 4. Media sosial berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha melalui kreativitas sebagai variabel mediator			minat berwirausaha. 2. Media sosial terhadap kreativitas menunjukkan hasil positif signifikan terhadap kreativitas. 3. Kreativitas terhadap minat berwirausaha menunjukkan bahwa kreativitas berpengaruh positif signifikan terhadap minat berwirausaha. 4. Kreativitas tidak memiliki pengaruh yang signifikan sebagai variabel mediator antara media sosial terhadap minat berwirausaha.
19	El-Gohary, H., Sultan, F., Alam, S., Abbas, M., &	1. Sikap mengenai kewirausahaan berkelanjutan	1. Sikap kewirausahaan 2. Motivasi	1. Kuantitatif 2. Amos versi 26	1. Sikap mengenai kewirausahaan berkelanjutan

No	Nama. Tahun. Judul, Penerbit	Rumusan Masalah	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
	Muhammad, S. (2023). <i>Shaping sustainable entrepreneurial intentions among graduates in developing countries through social media adoption: A moderating-mediated mechanism in Pakistan. Sustainability, 15(3)</i> , 2489.	1. memediasi hubungan antara motivasi dan minat untuk berwirausaha berkelanjutan 2. Media sosial memoderasi hubungan antara sikap mahasiswa mengenai kewirausahaan berkelanjutan dan minat untuk berwirausaha berkelanjutan	3. Media sosial 4. Minat berwirausaha		1. memediasi hubungan antara motivasi dan minat untuk berwirausaha berkelanjutan 2. Media sosial memoderasi hubungan antara sikap mahasiswa mengenai kewirausahaan berkelanjutan dan minat untuk berwirausaha berkelanjutan
20	Eryanto, H., & Wolor, C. W. (2023). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Smk Negeri 40 Jakarta. <i>Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan, 3(3)</i> , 615-625.	1. Media sosial berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha 2. Motivasi berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha	1. Media sosial 2. Motivasi 3. Minat berwirausaha	1. Kuantitatif 2. Proporsionate stratified sampling 3. SmartPLS 4.0	Media sosial dan motivasi berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha
21	Khofifah, F. N., & Amri, F. (2023). A Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial dan Pengetahuan	1. Media sosial berpengaruh positif terhadap minat berwirausahaan 2. Pengetahuan kewirausahaan berpengaruh	1. Media sosial 2. Pengetahuan kewirausahaan	1. Kuantitatif 2. SPSS	1. Media sosial berpengaruh positif terhadap minat berwirausahaan 2. Pengetahuan kewirausahaan berpengaruh

No	Nama. Tahun. Judul, Penerbit	Rumusan Masalah	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
	Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Jombang. <i>Business and Accounting Education Journal</i> , 4(3), 270-278.	positif terhadap minat berwirausaha	3. Minat berwirausaha		positif terhadap minat berwirausaha
22	Putri, I. N., & Sakti, N. C. (2023). Pengaruh literasi ekonomi dan pemanfaatan media sosial terhadap minat berwirausaha peserta didik. <i>Jurnal Riset pendidikan ekonomi</i> , 8(2), 162-179.	1. Literasi ekonomi berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha 2. Media sosial berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha	1. Literasi ekonomi 2. Media sosial 3. Minat berwirausaha	1. Kuantitatif 2. SPSS 25	1. Literasi ekonomi berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha 2. Media sosial berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha
23	Anjali., Stayawan Baroda (2024) <i>Social Media Influence on Entrepreneurial Intentions among Students International Journal of Engineering, Management, Humanities and Social Sciences Paradigms</i>	1. Sosial media berpengaruh terhadap minat berwirausaha	1. Sosial media 2. Minat berwirausaha	1. Kualitatif	1. Sosial media berpengaruh terhadap minat berwirausaha

No	Nama. Tahun. Judul, Penerbit	Rumusan Masalah	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
	( <i>IJEMHS</i> ) <i>Volume 36,</i> <i>Issue 02 and</i> <i>Publication</i>				
24	Filia, S., Rodiah, S., & Samsiah, S. (2024). Pengaruh literasi digital, media sosial dan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa akuntansi Universitas Muhammadiyah Riau. <i>Jurnal CoSciTech (Computer Science and Information Technology)</i> , 5 (1), 144-150.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Literasi digital berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha</li> <li>2. Media sosial berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha</li> <li>3. Pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Literasi digital</li> <li>2. Media sosial</li> <li>3. Pengetahuan kewirausahaan</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kuantitatif</li> <li>2. Metode survey</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Literasi digital berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha</li> <li>2. Media sosial berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha</li> <li>3. Pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha</li> </ol>
25	Shi, J., Nyedu, D. S. K., Huang, L., & Lovia, B. S. (2024). <i>Graduates' entrepreneurial intention in a developing country: The influence of social media and E-commerce adoption (SMEA) and its antecedents. In Development, 40(1), 20-35.</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sosial media berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha</li> <li>2. <i>E-commerce</i> berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sosial media</li> <li>2. <i>E-commerce</i></li> <li>3. Minat berwirausaha</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kuantitatif</li> <li>2. SPSS</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sosial media berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha</li> <li>2. <i>E-commerce</i> berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha</li> </ol>

No	Nama. Tahun. Judul, Penerbit	Rumusan Masalah	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
26	Wahyudi, M. H., Kapriani, A., & Saybrus, H. (2024). Pengaruh Media Sosial dan Literasi Ekonomi terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. <i>Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora</i> , 3(1), 15-26.	1. Media sosial berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha 2. Literasi ekonomi berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha	1. Media sosial 2. Literasi ekonomi 3. Minat berwirausaha	1. Kuantitatif 2. Random sampling 3. SPSS	1. Media sosial berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha 2. Literasi ekonomi berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha
27	Mallios, P., Zampetakis, L., & Moustakis, V. (2023). <i>Social media impact on entrepreneurship intention: lessons learned from business startappers. Journal of Business &amp; Entrepreneurship</i> , 32(2), 2.	1. Persepsi keinginan berpengaruh positif signifikan terhadap minat berwirausaha 2. Media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha	1. Persepsi keinginan 2. Media sosial 3. Minat berwirausaha	1. Kuantitatif 2. SPSS 21.0 dan AMOS 23.0.	1. Persepsi keinginan berpengaruh positif signifikan terhadap minat berwirausaha 2. Media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha
28	Hu, S., Jabor, M. K., Royo, M. A., & Wu, F. (2024). <i>Social Media Use and Entrepreneurial Intention Among Vocational Students in China: The Role of Entrepreneurial Self-Efficacy and</i>	1. Media sosial berbasis konten dan berbasis sosial secara signifikan terhadap efikasi diri berwirausaha siswa, yang secara positif mempengaruhi	1. Media sosial 2. Efikasi diri 3. Gender 4. Minat berwirausaha	1. Kuantitatif 2. Amos 26	1. Penggunaan media sosial berbasis konten dan berbasis sosial secara signifikan meningkatkan efikasi diri berwirausaha siswa, yang secara

No	Nama. Tahun. Judul, Penerbit	Rumusan Masalah	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
	<i>Gender. International Journal of Research and Innovation in Social Science</i> , 8(12), 2689-2709.	<p>niat ber-wirausaha</p> <p>2. Media sosial berbasis konten memiliki dampak positif yang jelas pada efikasi diri wirausaha</p> <p>3. Gender memoderasi hubungan antara penggunaan media sosial dan efikasi diri wirausaha, dengan dampak yang lebih menonjol di kalangan siswa laki-laki</p> <p>4. Penggunaan media sosial signifikan terhadap minat ber-wirausaha di kalangan siswa kejuruan</p>			<p>positif memengaruhi minat berwirausaha</p> <p>2. Penggunaan media sosial berbasis konten memiliki dampak positif yang jelas pada efikasi diri wirausaha</p> <p>3. Gender memoderasi hubungan antara penggunaan media sosial dan efikasi diri wirausaha,</p> <p>4. Media sosial signifikan terhadap minat berwirausaha di kalangan siswa kejuruan</p>
29	Darmawan, Y., Made, I., & Warmika, I. G. K. (2016). <i>Pengaruh Norma Subjektif, Personal Attitude, Perceived</i>	1. Norma subjektif berpengaruh positif terhadap minat wirausaha	<p>1. Norma subjektif</p> <p>2. Persona</p> <p>3. <i>Perceived behavior control</i></p>	<p>1. Kuantitatif</p> <p>2. Non <i>probability sampling</i></p>	<p>Norma subjektif, personal attitude, perceived behavior control dan aspek psikologis</p>

No	Nama. Tahun. Judul, Penerbit	Rumusan Masalah	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
	<i>Behavior Control dan Aspek Psikologis Terhadap Minat Wirausaha (Entrepreneurial Intention)</i> (Docoral dissertation, Udayana University).	2. Personal attitude berpengaruh positif terhadap minat wirausaha 3. <i>Perceived behavior control</i> berpengaruh positif terhadap minat wirausaha	4. Aspek psikologi 5. Minat wirausaha		berpengaruh positif terhadap minat wirausaha
30	Nguyen, C. (2017). <i>Entrepreneurial intention of international business students in Viet Nam: a survey of the country joining the Trans-Pacific Partnership. Journal of Innovation and Entrepreneurship</i> 6(1), 7.	1. Sikap berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha 2. <i>Perceived behavior control</i> berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha 3. norma sosial berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha	1. Sikap 2. <i>Perceived behavior control</i> 3. Norma sosial 4. Minat berwirausaha	1. Kuantitatif 2. SPSS	1. Sikap berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha 2. <i>Perceived behavior control</i> berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha 3. norma sosial berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha
31	Putra, I. P. M. J. S., & Juniariani, N. M. R. (2018). Pengaruh Sikap Berperilaku, Norma Subyektif dan Kontrol Perilaku Persepsian Pada Minat Berwirausaha.	1. Sikap berperilaku berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha 2. Norma subjektif berpengaruh positif	1. Sikap berperilaku 2. Norma subjektif 3. Kontrol perilaku 4. Minat berwirausaha	1. Kuantitatif 2. Survey 3. SPSS	1. Sikap berperilaku, Norma subjektif, Kontrol perilaku berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha

No	Nama. Tahun. Judul, Penerbit	Rumusan Masalah	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
	<i>Juara: Jurnal Riset Akuntansi</i> , 8(2).	terhadap minat berwirausaha 3. Kontrol perilaku berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha			
32	Santoso, S. A., & Handoyo, S. E. (2019). Pengaruh Sikap, Norma Subyektif, Kontrol Perilaku Yang Dirasakan, Dan Orientasi Peran Gender Terhadap Intensi Berwirausaha D Kalangan Mahasiswa Fakultas Ekonon Universitas Tarumanagara. <i>J. rnal Manajerial dan Kewirausahaan</i> , (1), 1-13.	1. Sikap berpengaruh positif terhadap intensi berwirausaha 2. Norma Subyektif positif terhadap intensi berwirausaha 3. Kontrol Perilaku Yang Dirasakan positif terhadap intensi berwirausaha 4. Orientasi Peran gender positif terhadap intensi berwirausaha	1. Sikap 2. Norma subjektif 3. Kontrol Perilaku yang dirasakan 4. Orientasi peran gender 5. Minat berwirausaha	1. Kuantitatif 2. SPSS	Sikap, Norma Subyektif, Kontrol Perilaku Yang Dirasakan berpengaruh positif terhadap intensi berwirausaha
33	Cynthia, A. U., Ameh, A. A., & Alabi, J. O. (2020). <i>Perceived behavioural control and entrepreneurial intention: Empirical evidence from</i>	1. <i>Perceived behavior control</i> berpengaruh positif signifikan terhadap Minat berwirausaha	1. <i>Perceived behavior control</i> 2. Minat berwirausaha	1. Kuantitatif	<i>Perceived behavior control</i> berpengaruh positif signifikan terhadap Minat

No	Nama. Tahun. Judul, Penerbit	Rumusan Masalah	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
	<i>selected tertiary institutions in Kogi State. Ilorin Journal of Human Resource Management, 4(1), 66-77.</i>				berwirausaha
34	Baciu, E. L., Vîrgă, D., Lazăr, T. A., Gligor, D., & Jurcuț, C. N. (2020). <i>The association between entrepreneurial perceived behavioral control, personality, empathy, and assertiveness in a romanian sample of nascent entrepreneurs. Sustainability, 12(24), 10490.</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Perceived behavior control</i> berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha</li> <li>2. Kepribadian berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha</li> <li>3. Empati berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha</li> <li>4. Ketegasan berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Perceived behavior control</i></li> <li>2. Kepribadian</li> <li>3. Empati</li> <li>4. Ketegasan</li> <li>5. Minat</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kuantitatif</li> <li>2. SPSS</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Perceived behavior control</i> berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha</li> <li>2. Kepribadian berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha</li> <li>3. <i>Perceived behavior control</i> berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha serta</li> <li>4. Kepribadian berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha</li> </ol>
35	Kurjono, K., & Setiawan, Y. (2020). Pengaruh Kontrol Perilaku yang dirasakan dan Norma Subyektif Terhadap Intensi Berwirausaha Dimediasi Sikap Kewirausahaan.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kontrol perilaku yang dirasakan berpengaruh positif terhadap intensi berwirausaha</li> <li>2. Norma subjektif berpengaruh</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kontrol perilaku yang dirasakan</li> <li>2. Norma subjektif</li> <li>3. Minat</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kuantitatif</li> <li>2. SPSS</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kontrol perilaku yang dirasakan berpengaruh positif terhadap intensi berwirausaha</li> <li>2. Norma subjektif berpengaruh</li> </ol>

No	Nama. Tahun. Judul, Penerbit	Rumusan Masalah	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
	<i>urnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis, 11(1), 81-96.</i>	positif terhadap intensi ber-wirausaha			positif terhadap intensi ber-wirausaha
36	Hansfel, L., & Puspitowati, I. (2020). Pengaruh <i>attitude, subjective norm</i> dan <i>perceived behavior control</i> terhadap <i>entrepreneurial intention</i> . <i>Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan</i> , (4), 985-993.	1. <i>Attitude</i> pengaruh positif terhadap intensi ber-wirausaha 2. <i>Subjektif norm</i> pengaruh positif terhadap intensi ber-wirausaha 3. <i>Perceived behavior control</i> pengaruh positif terhadap intensi ber-wirausaha	1. <i>Attitude</i> 2. <i>Subjektif norm</i> 3. <i>Perceived behavior control</i> 4. Minat berwirau saha	1. Kuantitatif 2. <i>Purposive sampling</i>	1. <i>Attitude</i> pengaruh positif terhadap intensi ber-wirausaha 2. <i>Subjektif norm</i> pengaruh positif terhadap intensi ber-wirausaha 3. <i>Perceived behavior control</i> pengaruh positif terhadap intensi ber-wirausaha
37	Vamvaka, V., Stoforos, C., Palaskas, T., & Botsaris, C. (2020). <i>Attitude toward entrepreneurship perceived behavioral control, and entrepreneurial intention: dimensionality, structural relationships, and gender differences</i> . <i>Journal of Innovation and Entrepreneurship</i> , 9, 1-26.	1. Sikap pengaruh positif terhadap minat ber-wirausaha 2. <i>Perceived behavior control</i> pengaruh positif terhadap intensi ber-wirausaha	1. Sikap 2. <i>Perceived behavior control</i> 3. Minat berwirau saha	1. Kuantitatif 2. SPSS	1. Sikap pengaruh positif terhadap minat ber-wirausaha 2. <i>Perceived behavior control</i> pengaruh positif terhadap intensi ber-wirausaha

No	Nama. Tahun. Judul, Penerbit	Rumusan Masalah	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
38	Kurniawan, M., & Dewi, Y. K. (2021). Pengaruh <i>Self-Efficacy, Perceived Behavioral Control Dan Attitude Towards Entrepreneurship Terhadap Woman'S Entrepreneurial Intention Di Pulau Jawa Selama Masa Pandemi Covid-19. PERFORMA</i> 6(3), 265-274.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Self efficacy berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha</li> <li>2. <i>Perceived Behavioral Control</i> berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha</li> <li>3. <i>Attitude Towards Entrepreneurship</i> berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Self efficacy</li> <li>2. <i>Perceived Behavioral Control</i></li> <li>3. <i>Towards Entrepreneurship</i></li> <li>4. Minat berwirausaha</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kuantitatif</li> <li>2. SEMPLS</li> </ol>	Self efficacy, <i>Perceived Behavioral Control, Attitude Towards Entrepreneurship</i> berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha
39	Simanihuruk, P., Darwis T., Roslinda S. (2021). Pengaruh sikap, norma subyektif dan kontrol perilaku yang dirasakan terhadap minat berwirausaha dengan pendekatan theory of planned behaviour (Studi kasus pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Unika Santo Thomas SU).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sikap berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha</li> <li>2. Norma subjektif berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha</li> <li>3. Kontrol perilaku berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sikap</li> <li>2. Norma subjektif</li> <li>3. Kontrol perilaku</li> <li>4. Minat berwirausaha</li> </ol>	1. Kuantitatif	Sikap, Norma subjektif, kontrol perilaku berpengaruh positif terhadap minat wirausaha

No	Nama. Tahun. Judul, Penerbit	Rumusan Masalah	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
	<i>Jurnal Manajemen Dan Bisnis, 119-140</i>				
40	Otchengco Jr, A. M., & Akiate, Y. W. D. (2021). <i>Entrepreneurial intentions on perceived behavioral control and personal attitude: Moderated by structural support. Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship, 15(1), 14-25.</i>	1. <i>Perceived behavioral control</i> berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha 2. <i>Personal attitude</i> berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha: 3. <i>structural support</i> mampu memoderasi diantaranya	1. <i>Perceived behavioral control</i> 2. <i>Personal attitude</i> 3. <i>structural support</i> 4. minat berwirausaha	1. Kuantitatif 2. SPSS 23 dan Amos	<i>Perceived behavioral control</i> , <i>Personal attitude</i> , <i>structural support</i> berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha
41	Aga, M. K., & Singh, A. (2022). <i>The role of entrepreneurship education on student entrepreneurial intentions: mediating effect of attitude, subjective norms, and perceived behavioral control. Journal of Business and Management, 28(1), 31-65.</i>	1. <i>Entrepreneurship education</i> berpengaruh terhadap minat berwirausaha 2. <i>Attitude toward entrepreneurship, subjective norm, and perceived behavioral control</i> memediasi antara <i>Entrepreneurship education</i> dan minat	1. <i>Entrepreneurship education</i> 2. <i>Attitude toward entrepreneurship, subjective norm, and perceived behavioral control</i>	1. Kuantitatif 2. SEM PLS	1. <i>Entrepreneurship education</i> berpengaruh terhadap minat berwirausaha 2. <i>Attitude toward entrepreneurship, subjective norm, and perceived behavioral control</i> memediasi antara <i>Entrepreneurship education</i> dan minat

No	Nama. Tahun. Judul, Penerbit	Rumusan Masalah	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
		ber-wirausaha			ber-wirausaha
42	Fitria, N. N., Tanuatmodjo, H., & Kurjono, K. (2022) Analisis Minat Berwirausaha Melalui Pembelajaran Kewirausahaan dan Perceived Behavior Control. <i>Finetech: Journal of Finance, Entrepreneurship, and Accounting Education Research</i> , 1(2), 81-92.	1. Pembelajaran kewirausahaan berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha 2. <i>Perceived behavior control</i> berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha	1. Pembelajaran kewirausahaan 2. <i>Perceived behavior control</i> 3. Minat berwirausaha	1. Kuantitatif 2. IBM SPSS vol.26 dan Microsoft Exsel 2016.	Pembelajaran kewirausahaan dan <i>Perceived behavior control</i> berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha
43	Sabella, R. I., Fibriani, R., & Masruroh, S. (2022). Pengaruh keterampilan berwirausaha terhadap minat berwirausaha melalui sikap berwirausaha dan <i>perceived behavior control</i> pada santri di Pondok Pesantren Kabupaten Kediri. <i>Mapan: Jurnal Manajemen Akuntansi Palapa Nusantara</i> , 7(1), 1-14.	1. <i>Entrepreneurial skills</i> berpengaruh Signifikan Positif terhadap Sikap Berwirausaha 2. <i>Entrepreneurial skills</i> berpengaruh Signifikan Positif terhadap <i>Perceived Behavior Control</i> 3. <i>Entrepreneurial skills</i> berpengaruh Signifikan Positif terhadap	1. <i>Entrepreneurial skills</i> 2. <i>Perceived behavior control</i> 3. Sikap berwirausaha 4. Minat berwirausaha	1. Kuantitatif 2. Probability sampling 3. SmartPLS	1. <i>Entrepreneurial skills</i> berpengaruh Signifikan Positif terhadap Sikap Berwirausaha 2. <i>Entrepreneurial skills</i> berpengaruh Signifikan Positif terhadap <i>Perceived Behavior Control</i> 3. <i>Entrepreneurial skills</i> berpengaruh Signifikan Positif

No	Nama. Tahun. Judul, Penerbit	Rumusan Masalah	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
		Minat berwirausaha 4. Sikap Berwirausaha berpengaruh Signifikan Positif terhadap Minat berwirausaha 5. <i>Perceived Behavior Control</i> berpengaruh Signifikan Positif terhadap Minat berwirausaha			terhadap Minat berwirausaha 4. Sikap Berwirausaha berpengaruh Signifikan Positif terhadap Minat berwirausaha 5. <i>Perceived Behavior Control</i> berpengaruh Signifikan Positif terhadap Minat berwirausaha
44	Aga, M. K. (2023). <i>The mediating role of perceived behavioral control in the relationship between entrepreneurship education and entrepreneurial intentions of university students in Ethiopia. Journal of Innovation and Entrepreneurship</i> , 12(1), 32.	1. Pendidikan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha dan <i>perceived behavioral control</i> 2. <i>perceived behavioral control</i> memediasi antara pendidikan kewirausahaan dan minat berwirausaha	1. Pendidikan kewirausahaan 2. <i>perceived behavioral control</i> 3. minat berwirausaha	1. Kuantitatif 2. AMOS	1. Pendidikan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha dan <i>perceived behavioral control</i> 2. <i>perceived behavioral control</i> memediasi antara pendidikan kewirausahaan dan minat berwirausaha

No	Nama. Tahun. Judul, Penerbit	Rumusan Masalah	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
45	Tesfa, mebrahtom Teklehaimano.t, Mikal hailekiros sibhato., Beyene Kinfе Tsegay (2023) <i>Influence of Perceived behavioral control, Personal creativity, Personal attitude and social norms on entrepreneurial intention for University students</i>	1. <i>Perceived behavioral control</i> berpengaruh terhadap minat berwirausaha 2. <i>Personal creativity</i> berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha 3. <i>Personal attitude</i> berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha 4. <i>Social norms</i> berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha	1. <i>Perceived behavioral control</i> 2. <i>Personal creativity</i> 3. <i>Personal attitude</i> 4. <i>Social norms</i>	1. Kuantitatif 2. Structural equation modeling (SEM) of Analysis of Moment Structural (Amos)	<i>Perceived behavioral control, Personal creativity, Personal attitude, Social norms</i> berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha
46	Rahmawati, V., & Mettan, S. V. (2023). Pengaruh <i>Perceived Desired, Viability, Dan Behavior Control</i> Terhadap <i>Entrepreneurial Intention</i> Pada Mahasiswa Di Surabaya. <i>Eko nomi dan Bisnis: Berkala Publikasi Gagasan Konseptual, Hasil</i>	1. <i>Perceived Desired</i> berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha 2. <i>Viability</i> berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha 3. <i>Behavior Control</i> berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha	1. <i>Perceived Desired</i> 2. <i>Viability Control</i> 3. <i>Behavior Control</i> 4. Minat berwirausaha	1. Kuantitatif 2. SPSS	1. <i>Perceived Desired</i> berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha 2. <i>Viability</i> berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha, 3. <i>Behavior Control</i> tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha

No	Nama. Tahun. Judul, Penerbit	Rumusan Masalah	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
	<i>Penelitian, Kajian, dan Terapan Teori</i> , 27(1), 34-51.				
47	Sherli, S., & Puspitowati, I. (2023). Pengaruh Sikap Pribadi, Norma Subyektif, dan Kontrol Perilaku yang Dirasakan terhadap Intensi Berwirausaha. <i>Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan</i> , 5(2), 411-418.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sikap pribadi berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha</li> <li>2. Norma subjektif berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha</li> <li>3. Kontrol perilaku berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sikap pribadi</li> <li>2. Norma subjektif</li> <li>3. Kontrol perilaku</li> <li>4. Minat berwirausaha</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kuantitatif</li> <li>2. non probability sampling</li> <li>3. SEMPLS 3</li> </ol>	Sikap pribadi, Norma subjektif, Kontrol perilaku berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha
48	Widjaja, M. & Dewi, I. (2023). Pengaruh <i>attitude toward behavioral, subjective norm, perceived behavioral control</i> terhadap <i>entrepreneurial intention</i> . <i>performa</i> , 8(1), 10-19.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Attitude toward behavioral</i> berpengaruh positif terhadap <i>entrepreneurial intention</i></li> <li>2. <i>Subjective norm</i> berpengaruh positif terhadap <i>entrepreneurial intention</i></li> <li>3. <i>Perceived behavior control</i> berpengaruh positif terhadap</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Attitude toward behavioral</i></li> <li>2. <i>Subjective norm</i></li> <li>3. <i>Perceived behavior control</i></li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kuantitati</li> <li>2. <i>Non probability sampling</i> dan <i>purposive sampling</i></li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Attitude toward behavioral</i> berpengaruh positif terhadap <i>entrepreneurial intention</i></li> <li>2. <i>Subjective norm</i> berpengaruh positif terhadap <i>entrepreneurial intention</i></li> <li>3. <i>Perceived behavior control</i> tidak berpengaruh positif</li> </ol>

No	Nama. Tahun. Judul, Penerbit	Rumusan Masalah	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
		<i>entrepreneurial intention</i>			terhadap <i>entrepreneurial intention</i>
49	Oktarina, Y., & Pawirosumanto, S. (2024). Pengaruh Norma Subjektif, Persepsi Kontrol Perilaku, Pendidikan dan Sikap Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Bisnis dan Ilmu Sosial Universitas Perintis Indonesia. <i>Journal of Advances in Accounting, Economics, and Management</i> , 1 (3), 1-11.	1. Norma subjektif berpengaruh positif signifikan terhadap minat berwirausaha 2. Kontrol perilaku berpengaruh positif signifikan terhadap minat berwirausaha 3. Persepsi kontrol perilaku berpengaruh positif signifikan terhadap minat berwirausaha 4. Sikap kewirausahaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat berwirausaha 5. Pendidikan kewirausahaan tidak berpengaruh positif signifikan terhadap minat berwirausaha	1. Norma subjektif 2. Persepsi kontrol perilaku 3. Pendidikan 4. Sikap berwirausaha 5. Minat berwirausaha	1. Kuantitatif 2. Amos	1. Norma subjektif berpengaruh positif signifikan terhadap minat berwirausaha 2. Kontrol perilaku berpengaruh positif signifikan terhadap minat berwirausaha 3. Persepsi kontrol perilaku berpengaruh positif signifikan terhadap minat berwirausaha 4. Sikap kewirausahaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat berwirausaha 5. Pendidikan kewirausahaan tidak berpengaruh positif

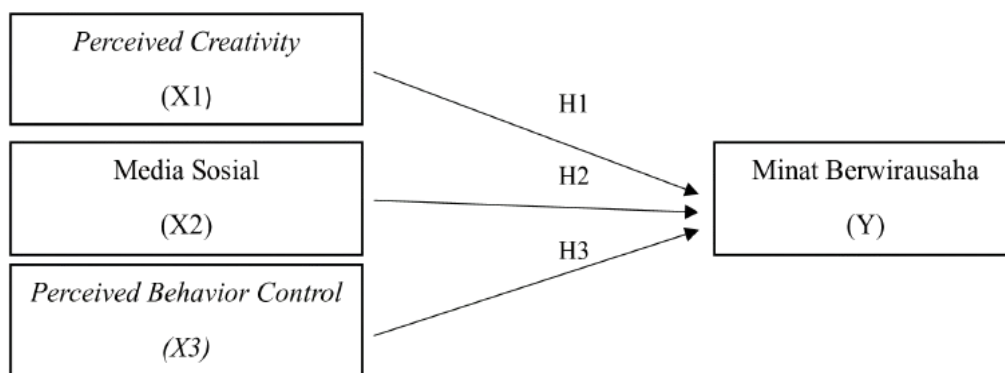
No	Nama. Tahun. Judul, Penerbit	Rumusan Masalah	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
					signifikan terhadap minat berwirausaha
50	Prakoso, M. R., Azhari, M., & Gunawan, A. A. (2024). <i>Pengaruh Attitude Toward Behavior Subjective Norms, Dan Perceived Behavioural Control Terhadap Entrepreneurial Intention Pada Mahasiswi Di Bandung Raya. eProceedings of Management, 11(5).</i>	1. <i>Attitude Toward Behavior</i> berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha 2. <i>Subjective Norms</i> berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha 3. <i>Perceived Behavioural Control</i> berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha	1. <i>Attitude Toward Behavior</i> or 2. <i>Subjective Norms</i> 3. <i>Perceived Behavioural Control</i> 4. Minat berwirausaha	1. Kuantitatif 2. SmartPLS 4.0	1. <i>Attitude Toward Behavior</i> berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha 2. <i>Subjective Norms</i> tidak berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha 3. <i>Perceived Behavioural Control</i> berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha

Sumber: Data Primer Diolah (2025)

### C. Kerangka Konseptual

Kerangka berpikir merupakan kumpulan dari beberapa teori yang menjelaskan keterkaitan antara variabel (Sugiyono, 2019). Berdasarkan tujuan pada penelitian ini yang ditujukan untuk mengetahui pengaruh *perceived creativity*, media sosial, *perceived behavior control* terhadap minat berwirausaha maka variabel yang digunakan terdiri dari 3 variabel independent (*perceived creativity*, media sosial, *perceived behavior control*) dan 1 variabel

dependen (minat berwirausaha). Kerangka berpikir pada penelitian ini dirujuk dari penelitian yang dilakukan oleh Abdelfattah *et al.*, (2022), yang menunjukkan bahwa *perceived creativity* berpengaruh terhadap minat berwirausaha. Kemudian penelitian oleh Mallios *et al.*, (2023), menunjukkan hasil bahwa media sosial berpengaruh terhadap minat berwirausaha. Sementara itu Vamvaka *et al.*, (2020), menemukan hasil bahwa *perceived behavior control* berpengaruh terhadap minat berwirausaha. Dengan demikian kerangka berpikir pada penelitian ini dapat dilihat pada gambar 2.1.



Sumber: Penelitian dari Abdelfattah (2022), Mallios (2023), Vamvaka (2020).

**Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir**

#### D. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan beberapa penelitian yang telah disebutkan, maka dapat dipaparkan mengenai hipotesis yang diambil. Hipotesis merupakan suatu dugaan awal sebelum data dianalisis lebih lanjut. Dibawah ini merupakan hipotesis dalam penelitian ini:

1. Pengaruh *Perceived Creativity* Terhadap Minat Berwirausaha

*Perceived Creativity* diartikan sebagai salah satu unsur yang turut

berperan dalam mendorong seseorang untuk mengambil langkah awal dalam membangun atau merintis suatu usaha. Selain itu, persepsi terhadap kreativitas ini sering kali menjadi pemicu munculnya ide-ide baru yang dapat diimplementasikan dalam dunia kewirausahaan (Laguiaa *et al.*, 2019). *Perceived Creativity* adalah tentang bagaimana seseorang menciptakan persepsi bahwa dirinya kreatif dan mampu memanfaatkan tingkat kreativitasnya tersebut untuk memulai kegiatan berwirausaha. Ketika seseorang memiliki tingkat percaya diri terhadap kreativitas yang dimiliki maka minat berwirausaha yang dimiliki akan menjadi niat yang dijalani.

Menurut Abdelfattah *et al.*, (2022), berpendapat dalam penelitiannya bahwa *Perceived Creativity* berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha. Di dalam penelitian yang sama menyebutkan bahwa *Perceived Creativity* yang dirasakan akan menjadi sebuah pertimbangan dalam proses pemilihan karir menjadi seorang wirausaha. Di perkuat dengan penelitian Nasiru *et al.*, (2015), yang juga menghasilkan kesimpulan yang sama yakni *Perceived Creativity* mempunyai pengaruh positif terhadap minat berwirausaha.

Beberapa penelitian yang telah dipaparkan tersebut mempunyai hasil yang sejalan dengan Halbusi *et al.*, (2022), yang menyebutkan bahwa *Perceived Creativity* juga mempunyai pengaruh positif terhadap minat berwirausaha. Anjum *et al.*, (2021) dalam penelitiannya juga menyebutkan hasil yang serupa yakni *Perceived Creativity* berpengaruh positif terhadap

minat berwirausaha. Serta penelitian dari Laguiaa *et al.*, (2019), yang sejalan dengan hasil penelitian lainnya yakni *Perceived Creativity* berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha.

***H<sub>1</sub> : Perceived creativity berpengaruh terhadap minat berwirausaha***

## 2. Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha

Media sosial merupakan faktor yang sangat kuat perannya pada saat masa digitalisasi seperti saat ini. Meningkatnya penggunaan media sosial sangat berpengaruh dalam proses terbentuknya pola perilaku, pola interaksi serta pola pemikiran pada setiap individu yang mengaksesnya. Media sosial telah memberikan pengaruh yang sangat besar dengan menghilangkan batasan yang menghambat pola interaksi yang semula hanya terbatas sekarang menjadi tanpa batas dan semakin luas. Menurut Mallios *et al.*, (2023) media sosial berguna sebagai wadah yang menyimpan berbagai informasi, menyediakan berbagai ide dan pengetahuan.

Penelitian terdahulu dari Mallios *et al.*, (2023), mengungkapkan bahwa media sosial berpengaruh positif signifikan terhadap minat berwirausaha. Di dukung dengan penelitian yang lain dari Rahayu & Sulistyowati, (2022), mengemukakan bahwa media sosial memiliki pengaruh yang positif serta signifikan terhadap meningkatnya minat seseorang dalam berwirausaha. Pernyataan ini sejalan dengan temuan dari Afria & Suharsono (2023), yang juga menyatakan bahwa keberadaan

media sosial mampu memberikan dampak positif yang berarti dalam mendorong minat individu untuk memulai kegiatan kewirausahaan.

Berdasarkan penelitian dari Hu *et al.*, (2024), yang juga mengutarakan hasil bahwa media sosial berpengaruh terhadap minat berwirausaha. Jika dihubungkan dengan kewirausahaan, banyak fitur yang menunjang media sosial jika dimanfaatkan sebagai faktor yang mendasari minat wirausaha. Indraswati *et al.*, (2021) juga sependapat bahwa media sosial berpengaruh terhadap minat berwirausaha. Sejalan dengan penelitian Aputra *et al.*, (2022), yang mengatakan bahwa media sosial berpengaruh pada minat berwirausaha. Serta Khofifah & Amri (2021), yang menyatakan hasil serupa yakni media sosial berpengaruh pada minat berwirausaha Berdasarkan hasil tersebut maka hipotesis yang diuji dalam penelitian ini adalah :

**$H_2$  : Media sosial berpengaruh terhadap minat berwirausaha.**

### 3. Pengaruh *Perceived Behavior Control* Terhadap Minat Berwirausaha

Minat untuk terjun dalam dunia wirausaha dipengaruhi oleh sejumlah faktor, dan salah satu di antaranya ialah persepsi individu terhadap kendali atas perilaku yang dimilikinya. Persepsi ini turut menentukan sejauh mana seseorang merasa mampu untuk mengelola dan menghadapi tantangan dalam berwirausaha. *Perceived Behavior Control* berkaitan dengan persepsi kemampuan seseorang dalam melakukan suatu perilaku yang dijalankan. *Perceived Behavior Control* merupakan hal yang mirip dengan

efikasi diri namun menurut Vamvaka *et al.*, (2020), *Perceived Behavior Control* dan efikasi diri dibedakan yakni dari segi faktor. Dalam penelitian yang sama mengungkapkan bahwa *Perceived Behavior Control* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha.

Semakin tinggi tingkat *Perceived Behavior Control* yang dimiliki oleh seseorang, maka akan semakin besar pula dorongan dalam dirinya untuk melakukan perilaku yang dimaksud. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi terhadap kemampuan mengendalikan tindakan memiliki peran penting dalam membentuk minat terhadap suatu aktivitas tertentu, termasuk dalam konteks berwirausaha. *Perceived Behavior Control* dapat diciptakan dengan peluang terhadap pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki atau diberikan kepada seseorang. Di dukung dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Darmawan & Warmika (2016), yang memaparkan bahwa *Perceived Behavior Control* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Sejalan dengan Santoso & Handoyo (2019), yang mengungkapkan bahwa *Perceived Behavior Control* berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha.

Berdasarkan penjelasan diatas menurut Cynthia *et al.*, (2020), yang memaparkan hasil penelitiannya bahwa *Perceived Behavior Control* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Simanihuruk *et al.*, (2021), juga menegaskan bahwa *Perceived Behavior Control* berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha. Selain itu, Sabella *et al.*, (2022), dalam penelitiannya juga menghasilkan temuan

bahwa *Perceived Behavior Control* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Serta penelitian serupa dari Baciu *et al.*, (2020), yang mengatakan bahwa *Perceived Behavior Control* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. beberapa penelitian terdahulu yang telah dipaparkan, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

***H<sub>3</sub>: Perceived behavior control* berpengaruh terhadap minat berwirausaha.**