

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan mengenai Pengaruh *Perceived Creativity*, Media Sosial, *Perceived Behavior Control* Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus Pada Generasi Z Kota Madiun), maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. *Perceived Creativity* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha pada Generasi Z Kota Madiun. Artinya semakin tinggi *perceived creativity* yang dirasakan maka dapat meningkatkan minat berwirausaha.
2. Media Sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha pada Generasi Z Kota Madiun. Artinya semakin optimal pemanfaatan media sosial akan mendorong tingkat minat berwirausaha.
3. *Perceived Behavior Control* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha pada Generasi Z Kota Madiun. Artinya semakin tinggi tingkat *perceived behavior control* yang dimiliki seseorang maka semakin kuat pula minat yang terbentuk untuk berwirausaha.

B. Implikasi Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka implikasi yang didapatkan sebagai berikut:

1. *Perceived creativity* menunjukkan bahwa *perceived creativity* memiliki peran penting dalam mendorong minat berwirausaha pada Generasi Z.

Ketika individu semakin kuat akan persepsinya untuk mengembangkan pengetahuan dan referensi menjadi ide usaha yang menarik maka minat mereka terhadap dunia wirausaha akan semakin kuat

2. Media sosial memiliki peran yang signifikan dalam mendorong minat berwirausaha di kalangan generasi Z. Kemudahan fitur dalam penggunaan media sosial juga memunculkan rasa minat generasi Z terhadap wirausaha untuk mulai merencanakan ide usaha atau bahkan memulai mencoba berwirausaha
3. *Perceived Behavioral Control* menunjukkan bahwa peningkatan minat berwirausaha di kalangan Generasi Z sangat berkaitan erat dengan keyakinan diri mereka. Ketika seseorang merasa mampu dan yakin dengan kemampuannya, maka niat untuk berwirausaha cenderung lebih tinggi.

C. Saran Penelitian

Berdasarkan hasil temuan yang ada pada penelitian mengenai Pengaruh *Perceived Creativity*, Media Sosial, *Perceived Behavior Control* Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus Pada Generasi Z Kota Madiun), maka peneliti ingin memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Saran Praktis

Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengevaluasi variabel selain variabel dalam penelitian ini yakni *Perceived Creativity*, Media Sosial, *Perceived Behavior Control* yang harapannya dapat lebih menyempurnakan hasil penelitian.

2. Saran Teoritis

Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat mendalami objek dengan lebih luas untuk menghasilkan penyamarataan dan hasil yang lebih maksimal pada penelitian selanjutnya.

4. Saran Akademis

Penelitian ini diharapkan menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya sebagai tinjauan pustaka dalam pembahasan mengenai Pengaruh *Perceived Creativity*, Media Sosial, *Perceived Behavior Control* Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus Pada Generasi Z Kota Madiun).