



PENGARUH E-COMMERCE DAN LINGKUNGAN KELUARGA TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA

Dimas Cito Yuwono^{1*}, *Wiedy Murtini*², *Anton Subarno*³

^{1,2,3}*Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Sebelas Maret, Indonesia*

dimazcito12@student.unc.ac.id, wiedymurtini@staff.uns.ac.id, antonsubarno@fkip.uns.ac.id

** Corresponding author*

Abstrak: Pengaruh E-Commerce dan Lingkungan Keluarga terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh e-commerce dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha mahasiswa di Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan. Desain penelitian yang dipakai peneliti dalam penelitian ini adalah kuantitatif asosiatif. Teknik sampling pada penelitian ini menggunakan perportionate stratified random sampling. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan angket tertutup. Teknik analisis data menggunakan teknik analisis regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS 25. Hasil penelitian ini yaitu ada pengaruh positif dan signifikan antara e-commerce dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha baik parsial maupun secara simultan. Diketahui bahwa e-commerce dan lingkungan keluarga dalam penelitian ini mempengaruhi variabel terikat yaitu minat berwirausaha sebesar 48,8%.

Kata kunci: *e-commerce*; lingkungan keluarga; minat berwirausaha

Abstract: Effect of E-Commerce and Family Environment on Student Entrepreneurial Interest. This study aims to determine the effect of e-commerce and the family environment on the entrepreneurial interest of students at the Faculty of Teacher Training and Education. The research design used by the researcher in this research is quantitative associative. The sampling technique in this study used perportionate stratified random sampling. The data collection technique was carried out with a closed questionnaire. The data analysis technique used multiple linear regression analysis with the help of the SPSS 25 program. The results of this study were that there was a positive and significant influence between e-commerce and the family environment on the interest in entrepreneurship, either partially or simultaneously. It is known that e-commerce and family environment in this study affect the dependent variable, namely the interest in entrepreneurship by 48.8%.

Keywords: *e-commerce*; family environment; interest in entrepreneurship

History & License of Article Publication:

Received: 30/06/2022

Revision: 15/07/2022

Published: 31/08/2022

DOI: <https://doi.org/10.21831/efisiensi.v19i2.51906>



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).

PENDAHULUAN

Lulusan perguruan tinggi masih sangat bergantung terhadap instansi, perusahaan, baik negeri maupun swasta, dan masih sedikit lulusan perguruan tinggi yang mampu memanfaatkan peluang pasar yang ada. Mahasiswa masih kurang berani untuk masuk ke dunia usaha menjadi seorang wirausaha muda, dan lebih memilih menjadi Aparatur Sipil Negara (ASN) maupun tenaga kerja yang profesional di perusahaan milik negeri maupun swasta khususnya lulusan dari program pendidikan Administrasi Perkantoran Universitas Sebelas Maret. Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat kenaikan jumlah pengangguran total di Indonesia per Agustus 2020 mencapai 9,77 juta orang atau naik 2,67 juta orang dibandingkan periode yang sama tahun lalu. Hal ini juga dipengaruhi adanya pandemi Covid-19. Berdasarkan tingkat pengangguran terbuka (TPT), lulusan Diploma I – III 8,08 persen, Strata I 7,35 persen, SMK sebesar 13,55 persen, SMA sebesar 9,86 persen, dan SMP sebesar 6,46 persen, serta SD sebesar 3,61 persen. Hal ini menunjukkan lulusan perguruan tinggi baik program Diploma maupun Sarjana tercatat sebesar 15,43 persen atau lebih tinggi daripada lulusan SMK, SMA, SMP, maupun SD.

Berwirausaha merupakan salah satu cara untuk membantu mengurangi angka pengangguran dan kemiskinan serta dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Kegagalan dalam berwirausaha adalah salah satu hal yang paling ditakuti seorang calon wirausahawan disaat ingin memulai usaha. Menurut Alifuddin dan Razak (2015:16) menjelaskan bahwa kegagalan dalam berwirausaha adalah hal lumrah, justru dengan kegagalan tersebutlah mental seorang wirausahawan diuji. Menumbuhkan jiwa kewirausahaan merupakan alternatif untuk meningkatkan minat berwirausaha. Menurut Sukirman (2017:116) jiwa kewirausahaan merupakan inti dari kewirausahaan yang prinsipnya adalah sikap dan perilaku kewirausahaan dengan ditunjukkan melalui sifat, karakter, dan watak seseorang. Jiwa kewirausahaan penting untuk ditumbuhkan sejak dini, ataupun di lingkungan perguruan tinggi di kalangan mahasiswa.

Pesatnya perkembangan ekonomi berbasis elektronik mempunyai potensi ekonomi yang tinggi bagi Indonesia. Hal ini mendorong pemerintah untuk membangun regulasi yang mengatur tentang ekonomi berbasis elektronik dengan mengeluarkan Paket Kebijakan Ekonomi XIV mengenai *E-commerce*. Pemerintah merasa perlu menerbitkan Peraturan Presiden (Perpres) tentang Peta Jalan *E-commerce* untuk mendorong perluasan dan peningkatan kegiatan ekonomi masyarakat di seluruh Indonesia secara efisien dan terkoneksi secara global. Peta jalan *E-commerce* ini sekaligus dapat mendorong kreasi, inovasi, dan invensi kegiatan ekonomi baru di kalangan generasi muda. Oleh karena itu, pada tahun 2017 diterbitkan Perpres No. 74 tahun 2017 mengenai Peta Jalan Sistem Perdagangan Nasional Berbasis Elektronik atau SPNBE.

(Republik Indonesia, 2017) Perkembangan internet yang sangat pesat, membuat jumlah pengguna internet semakin meningkat. Industri perdagangan digital juga ikut berkembang, sehingga memudahkan adanya transaksi antara penjual dengan pembeli. Umumnya usaha *E-commerce* menjual barang/jasa ke konsumen akhir untuk langsung dikonsumsi, atau menjual ke agen/usaha lain untuk nantinya dapat dijual kembali.

Penelitian yang dilakukan Yadewani & Wijaya (2017) menyatakan bahwa secara simultan ada pengaruh antara *e-commerce* terhadap minat berwirausaha mahasiswa AMIK Jayanusa. Sejalan dengan penelitian tersebut, Maryama (2013) menjelaskan bahwa *e-commerce* dalam dunia usaha adalah penggunaan teknologi terkini seperti internet dalam memudahkan kegiatan-kegiatan bisnis. Begitu juga menurut Sari & Rahayu (2020), penelitiannya menunjukkan semua variabel yaitu pengaruh lingkungan, pendidikan kewirausahaan dan penggunaan *e-commerce* secara parsial berpengaruh pada peningkatan minat berwirausaha mahasiswa FEB UPI YAI Jakarta. Sejalan dengan hal tersebut, menurut hasil penelitian Trihudyatmanto (2019) yaitu *e-commerce* berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa berwirausaha. Penelitian ini membuktikan bahwa mahasiswa setuju dengan manfaat dan diterapkannya *e-commerce* dapat mempermudah dan berperan penting untuk berwirausaha.

Lingkungan keluarga merupakan lingkungan pertama dan yang terdekat yang terdiri dari ayah, ibu, anak, serta keluarga lainnya. Berdasarkan hasil wawancara kepada beberapa mahasiswa, pengaruh orang tua dalam suatu karir anaknya cukup besar. Ada beberapa orang tua yang menuntut anaknya menjadi tenaga pendidik. Sikap dan kegiatan orang tua atau sesama anggota keluarga secara langsung maupun tidak, juga dapat mempengaruhi, misalnya orang tua berwirausaha maka juga bisa menumbuhkan minat berwirausaha. Menjadi wirausaha tidak lepas dari dukungan keluarga khususnya orang tua maupun kerabat, apabila keluarga memberi dukungan serta pengaruh positif terhadap minat berwirausaha maka seseorang akan memiliki minat berwirausaha, namun apabila keluarga tidak mendukung seseorang untuk berwirausaha maka minat berwirausaha akan semakin kecil atau tidak memiliki minat berwirausaha. Menurut Oktarina, Agung, & Aswad (2019) menjadi seorang wirausaha tidak lepas dari dukungan orang tua atau keluarganya, apabila keluarga memberi dukungan serta pengaruh positif terhadap minat berwirausaha maka seseorang akan memiliki minat berwirausaha, namun apabila keluarga tidak mendukung seseorang untuk berwirausaha maka minat berwirausaha akan semakin kecil atau tidak memiliki minat berwirausaha. Senada dengan penelitian diatas, hasil penelitian Ardiyani & Kusuma (2016) menunjukkan bahwa variabel lingkungan keluarga

berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pendidikan Ganesha.

Menurut hasil penelitian Wiani, Ahman, & Machmud (2018) lingkungan keluarga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berwirausaha peserta didik SMK di Kabupaten Subang. Menurut Wiani, Ahman, & Machmud (2018) keluarga atau orang tua yang berwirausaha dalam suatu bidang tertentu dapat membuat minat untuk berwirausaha anak timbul. Memiliki keluarga yang berwirausaha dapat memberikan inspirasi kepada anaknya untuk menjadi wirausahawan. Hal ini selaras dengan hasil penelitian Oktarina, Agung, & Aswad (2019) yaitu pada uji t diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,036 lebih kecil dari nilai alpha (0,05) yang berarti lingkungan keluarga berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha mahasiswa pendidikan ekonomi STKIP Pembangunan Indonesia.

METODE

Desain penelitian yang dipakai peneliti dalam penelitian ini adalah kuantitatif asosiatif, yaitu penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Program Studi Pendidikan Administrasi Perkantoran Universitas Sebelas Maret angkatan 2019, 2020, dan 2021 dengan total jumlah 237 mahasiswa. Teknik *sampling* yang digunakan yaitu *perportionate stratified random sampling*. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah menggunakan angket atau kuesioner. Data yang telah diperoleh dari angket terkait pengaruh *e-commerce* dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha mahasiswa program studi Pendidikan Administrasi Perkantoran FKIP UNS, data dianalisis dan diolah menggunakan bantuan program aplikasi SPSS 25.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Penelitian ini mengulas tentang pengaruh *e-commerce* dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha Program Studi Pendidikan Administrasi Perkantoran Universitas Sebelas Maret.

Uji Asumsi Klasik

Sebelum dilakukannya analisis data, dilakukan uji normalitas, uji linieritas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, serta uji autokorelasi sebagai prasyarat melakukan uji T dan uji F.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah residual memiliki distribusi normal. Uji normalitas akan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* apabila signifikansi $>0,05$ maka data berdistribusi normal, sebaliknya jika signifikansi $<0,05$ maka data tidak berdistribusi normal. Uji normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan *SPSS 25*. Dari hasil uji normalitas dikatakan berdistribusi normal dengan hasil nilai signifikansi $0,20 > 0,05$.

2. Uji Linieritas

Uji linieritas dilakukan untuk mengetahui hubungan antara variabel terikat dengan variabel bebas bersifat linier atau tidak. Uji linieritas dilakukan dengan menguji kelinieran regresi. Uji linieritas pada penelitian ini menggunakan *SPSS 25* dengan signifikansi *Test for Linearity* pada taraf 5%. Apabila variabel memiliki signifikansi kolom *linierity* $> 0,05$ dan $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka variabel dependen dan variabel independen memiliki hubungan yang linier. Dilihat dari F_{tabel} yang diperoleh yaitu 3,06. Dari hasil uji linieritas, berikut tabel hasil uji linieritas:

Tabel 1. Hasil Uji Linieritas X terhadap Y

Variabel	Nilai Signifikansi	F Hitung	Keterangan
<i>E-commerce</i> (X ₁)	0,21	1,24	Linier
Lingkungan Keluarga (X ₂)	0,29	1,19	Linier

Berdasarkan tabel diatas, hasil uji linieritas variabel *E-commerce* terhadap variabel minat berwirausaha didapatkan hasil signifikansi sebesar $0,21 > 0,05$ dan $F_{hitung} 1,24 < F_{tabel} 3,06$. Dari hasil tersebut maka dinyatakan variabel *e-commerce* dan minat berwirausaha linier.

Hasil dari uji linieritas variabel lingkungan keluarga terhadap variabel minat berwirausaha didapatkan hasil signifikansi sebesar $0,29 > 0,05$ dan $F_{hitung} 1,19 < F_{tabel} 3,06$. Dari hasil tersebut maka dinyatakan variabel lingkungan keluarga dan minat berwirausaha linier.

3. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas dilakukan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas. Pengujian multikolinieritas pada penelitian ini menggunakan *SPSS 25* melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)*. Apabila nilai *Tolerance* $> 0,1$ dan nilai *VIF* < 10 , maka tidak terjadi multikolinieritas.

Tabel 2. Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Tolerance	VIF
<i>E-commerce</i>	0,85	1,18
Lingkungan Kerja	0,85	1,18

Variabel Terikat: Minat Berwirausaha

Hasil dari uji multikolinieritas yang telah dilakukan, nilai *Tolerance* masing masing variabel yaitu 0,85 dan 0,85. Hal ini menunjukkan tidak ada variabel bebas yang memiliki nilai *Tolerance* <0,10 dan tidak ada variabel bebas yang memiliki nilai *VIF* >10,00. Dari hasil tersebut dapat dikatakan bahwa tidak terjadi multikolinieritas antar variabel bebas dalam model regresi.

4. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamat ke pengamat yang lain. Model regresi yang baik adalah model yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Pengujian ada atau tidaknya heteroskedastisitas digunakan uji Glejser, yaitu meregresi nilai absolut residual terhadap variabel bebas dengan bantuan SPSS 25. Tidak terjadi heteroskedastisitas apabila nilai signifikansinya >0,05. Sebaliknya, terjadi heteroskedastisitas apabila nilai signifikansinya <0,05.

5. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam suatu model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu (residual) pada periode t dengan kesalahan pada periode t-1 (sebelumnya). Pengujian ada atau tidaknya autokorelasi menggunakan SPSS 25 dengan uji Durbin-Watson (Uji DW). Pengambilan keputusan ada atau tidaknya autokorelasi menggunakan kaidah berikut:

- 1) $0 < d < dl$ = ada autokorelasi positif
- 2) $dl \leq d \leq du$ = tidak ada autokorelasi positif
- 3) $4 - dl < d < 4$ = ada autokorelasi negatif
- 4) $4 - du \leq d \leq 4 - dl$ = tidak ada autokorelasi negatif
- 5) $du < d < 4 - du$ = tidak ada autokorelasi positif atau negative

Tabel 3. Hasil Uji Autokorelasi

Model	Variabel Terikat	dL	dU	Durbin-Watson
1	Minat Berwirausaha	1,705	1,759	2,003

a. Predictors: (Constant), Lingkungan Keluarga, E-Commerce

Berdasarkan hasil dari uji autokorelasi yang telah dilakukan diketahui nilai Durbin-Watson sebesar 2,003. Adapun jumlah variabel independen atau “k” = 3, sementara jumlah N sebesar 149. Maka ditemukan dL sebesar 1,705 dan dU 1,759. Maka dapat disimpulkan bahwa hasil dari uji autokorelasi adalah $dU < d < 4 - dU$ atau $1,759 < 2,003 < 2,241$ dan dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi pada model regresi.

Hasil Uji Hipotesis

a. Uji-t

Uji-t (parsial) digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh dari tiap variabel bebas terhadap variabel terikat. Analisis parsial digunakan untuk menguji besarnya pengaruh dari tiap variabel bebas terhadap variabel terikat. Cara melihat seberapa jauh dan seberapa besar pengaruh dapat diketahui dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} menggunakan SPSS 25.

Hipotesis:

H_0 = tidak terdapat pengaruh pengaruh *e-commerce* terhadap minat berwirausaha mahasiswa Program Studi Pendidikan Administrasi Perkantoran FKIP UNS

H_1 = terdapat pengaruh pengaruh *e-commerce* terhadap minat berwirausaha mahasiswa Program Studi Pendidikan Administrasi Perkantoran FKIP UNS

H_0 = tidak terdapat pengaruh pengaruh lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha mahasiswa Program Studi Pendidikan Administrasi Perkantoran FKIP UNS

H_1 = terdapat pengaruh pengaruh lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha mahasiswa Program Studi Pendidikan Administrasi Perkantoran FKIP UNS

Tabel 4. Hasil Analisis Uji t

Model	t_{hitung}	Nilai Signifikansi	Keterangan
<i>E-commerce</i>	6,89	0,00	Signifikan
Lingkungan Keluarga	6,30	0,00	Signifikan

Variabel terikat: Minat Berwirausaha

Nilai t_{tabel} untuk penelitian ini dengan taraf signifikansi 0,05 sebesar 1,65. Hasil t_{hitung} *e-commerce* (6,89) > t_{tabel} (1,65) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Jadi minat berwirausaha dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh *e-commerce*. Begitu juga untuk hasil t_{hitung} lingkungan keluarga (6,30) > t_{tabel} (1,65) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Jadi minat berwirausaha dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh lingkungan keluarga.

b. Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah tiap variabel bebas berpengaruh bersama-sama (simultan) secara signifikan terhadap variabel terikat. Cara untuk mengetahui signifikansi yaitu dengan membandingkan f_{hitung} dengan f_{tabel} yang diperoleh menggunakan SPSS 25 dengan ketentuan:

Hipotesis:

H_0 = tidak terdapat pengaruh *e-commerce* dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha mahasiswa Program Studi Pendidikan Administrasi Perkantoran FKIP UNS

H_1 = terdapat pengaruh *e-commerce* dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha mahasiswa Program Studi Pendidikan Administrasi Perkantoran FKIP UNS.

Tabel 5. Hasil Uji F dan R Square

Model	F_{hitung}	Nilai Signifikansi
Regresi Ganda	71,39	0,00
Prediktor: Minat Berwirausaha		

Hasil uji F yang telah dilakukan mendapatkan nilai F_{hitung} sebesar 71,39. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_1 diterima dan H_0 ditolak atau disebut memiliki pengaruh. F_{tabel} dalam penelitian ini dengan taraf signifikansi sebesar 5% untuk jumlah variabel bebas sebanyak 2 buah dan banyak data 146 ($n-k-1$) didapatkan F_{tabel} 3,06 maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Jadi dapat dikatakan bahwa *e-commerce* dan lingkungan keluarga secara Bersama-sama mempengaruhi minat berwirausaha mahasiswa Program Studi Pendidikan Administrasi Perkantoran FKIP UNS.

KESIMPULAN

Minat berwirausaha adalah ketertarikan seseorang yang tumbuh dari dalam diri seseorang dan tanpa ada paksaan untuk melakukannya. Perkembangan teknologi sekarang ini memaksa berbagai pihak harus mau tidak mau mengikuti, atau jika memilih tidak akan tertinggal. *E-commerce* hadir bersamaan dengan adanya teknologi khususnya perkembangan internet. Otomatisasi sistem harus dilakukan untuk pelayanan yang prima, efektif, serta efisien. Begitu juga lingkungan keluarga sebagai lingkungan pertama dan terdekat dari seseorang. Peran lingkungan keluarga sangatlah penting dalam membentuk minat seseorang. Hasil penelitian menunjukkan penggunaan *e-commerce* dan lingkungan keluarga berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa program studi Pendidikan Administrasi Perkantoran. Mendukung minat berwirausaha seseorang serta terus mengembangkan dan mengikuti tren perkembangan teknologi dalam mendukung minat berwirausaha haruslah terus digenjut di dalam lingkup universitas. Hal ini dikarenakan semakin ketatnya persaingan lowongan pekerjaan serta salah satu jalan untuk mendapatkan kerja yaitu dengan membuka lapangan pekerjaan sendiri minimal untuk dirinya sendiri dengan salah satunya berwirausaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Alifuddin, Moh. and Razak, Mashur (2015) *Kewirausahaan: Strategi Membangun Kerajaan Bisnis*. MAGNAScript Publishing, Jakarta Timur, i-226. ISBN 9786027795044
- Ardiyani, N., & Kusuma, A. (2016). PENGARUH SIKAP, PENDIDIKAN DAN LINGKUNGAN KELUARGA TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA. *E-Jurnal Manajemen*, 5(8). Retrieved from <https://ojs.unud.ac.id/index.php/manajemen/article/view/22693>
- Maryama, S. (2013). Penerapan E-Commerce dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha. *Jurnal Liquidity*, 2(1), 73-79.
- Oktarina, H., Agung, E. A., & Aswad, S. H. (2019). Pengaruh Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi STKIP Pembangunan Indonesia. *SNEB : Seminar Nasional Ekonomi Dan Bisnis Dewantara*, 1(1), 49-54. <https://doi.org/10.26533/sneb.v1i1.411>
- Republik Indonesia. (2017). Peraturan Presiden (PERPRES) tentang Peta Jalan Sistem Perdagangan Nasional Berbasis Elektronik (Road Map e-Commerce) Tahun 2017-2019. Jakarta: Sekretariat Kabinet RI, Deputi Bidang Perekonomian.
- Sari, B., & Rahayu, M. (2020). Pengaruh Lingkungan, Pendidikan Kewirausahaan dan Penggunaan E-commerce pada Peningkatan Minat Berwirausaha Mahasiswa FEB UPI YAI. *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika*, 2(3), 20–29.

- Sukirman, S. (2017). Jiwa Kewirausahaan dan Nilai Kewirausahaan Meningkatkan Kemandirian Usaha melalui Perilaku Kewirausahaan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 20(1), 113-131. <https://doi.org/10.24914/jeb.v20i1.318>
- Trihudyatmanto, M. (2019) “Membangun Minat Berwirausaha Mahasiswa Dengan Pengaruh Faktor E-Commerce, Pengetahuan Kewirausahaan dan Gender”, *Jurnal Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat UNSIQ*, 6(2), pp. 93-103. doi: <https://doi.org/10.32699/ppkm.v6i2.678>.
- Wiani, A., Ahman, E., & Machmud, A. (2018). PENGARUH LINGKUNGAN KELUARGA TERHADAP MINAT DI KABUPATEN SUBANG. *Manajerial*, Vol. 3 No.5 Juni 2018, 3(5), 227–238. doi: <https://doi.org/10.17509/manajerial.v17i2.11843>
- Yadewani, D., & Wijaya, R. (2017). Pengaruh e-Commerce Terhadap Minat Berwirausaha. *Jurnal RESTI (Rekayasa Sistem Dan Teknologi Informasi)*, 1(1), 64 - 69. <https://doi.org/10.29207/resti.v1i1>.